Чечеткина Наталья Михайловна
к.т.н., доцент Ростовского института (филиал) ГОУ ВПО РГТУ
E-mail: filrostov@rsute.ru

Некоторые особенности ассортимента и качества электробытовой техники, реализуемой на потребительском рынке г. Ростова-на-Дону
Pecularities of the Assortment and the Quality of Electrical Appliances Represented in Consumer Market in Rostov-on-Don

Процесс сбыта электробытовых товаров характеризуется наличием жесткой конкуренции в планировании ассортимента и качества бытовой техники. Чтобы лучше понять проблемы в процессе выбора ассортиментной политики, следует проводить серьезный анализ основных факторов, определяющих формирование ассортимента торгового предприятия.

The sale process of electrical goods is characterized by having of severe competition in planning of the assortment and the quality of electrical appliances. It is necessary to make a serious analysis of main factors which define the assortment formation of a trade enterprise to understand problems better in the selection process of assortment policy.

Ключевые слова: «Эльдорадо», рынок, ассортимент, качество, структура ассортимента, электротовары, стиральные машины, холодильники, дефекты, дефектная продукция, цена, производители, потребители.

Российская компания «Эльдорадо» основана в 1994 году и на сегодняшний день является крупнейшей розничной сетью по продаже бытовой техники и электроники России и Восточной Европы.

Сегодня компания занимает около 28% рынка бытовой электроники в России. Узнаваемость бренда «Эльдорадо» в большинстве регионов превышает 80%, а в некоторых городах доходит и до 98%.

За 15 лет работы компания «Эльдорадо» предоставила возможность улучшить свой быт с помощью товаров, реализованных через сеть «Эльдорадо», почти 150 млн покупателей: сегодня каждая 3-я стиральная машина или телевизор приобретаются в «Эльдорадо». Компания «Эльдорадо» помогла людям самого разного достатка – россиянам и гражданам СНГ – приобрести и пользоваться популярными, надежными и недорогими бытовыми приборами ведущих мировых производителей. Сегодня трудно себе представить дом или хозяйство, в котором не было бы цветного телевизора, холодильника, микроволновой печи.

С 2004 года «Эльдорадо» открывает исключительно супер- и гипермаркеты площадью свыше 2000 кв. м. Только на такой территории можно представить достойный ассортимент товаров.

Своевременно корректировать ассортимент в соответствии с запросами потребителей, включать в него как проверенные временем модели бытовой электроники, так и последние технические новинки, позволяет партнерство с крупнейшими и профессиональными маркетинговыми и исследовательскими компаниями.

Оборот компании в 2008 году составил $3,4 млрд, что на 42% превысило показатели 2007-го. Под брендом «Эльдорадо» в 2008 году работало более 1000 магазинов бытовой техники и около 400 салонов связи в 713 городах России и Украины. Число сотрудников компании превышает 24 тыс. человек, площадь складских помещений – свыше 250 тыс. кв. м.

Компания «Эльдорадо» на основе договорной системы работает с многими производителями стиральных машин, в ассортименте компании представлены следующие бренды: Aeg, Ariston, Asko, Atlant, Beko, Bosch, Candy, Daewoo, Electrolux, Elenberg, Gorenje, Hansa, Hotpoint/Ariston, Indesit, LG, Miele, Samsung, Vestel, Whirlpool, Zanussi.

Как показывает анализ данных, за 2007-2008 годы количество марок автоматических стиральных машин, представленных в ассортименте компании «Эльдорадо» в г. Ростове-на-Дону, возросло на 30 единиц или на 15,9%.

В период с 2007 по 2008 годы в ассортименте компании появились стиральные машины таких производителей, как Siemens, Sanyo, российская марка Vestel. Существенно расширилась представленность в ассортименте таких набирающих популярность марок, как Miele, Hansa.

На рисунке 1 представлена структура ассортимента стиральных машин компании «Эльдорадо» по производителю.

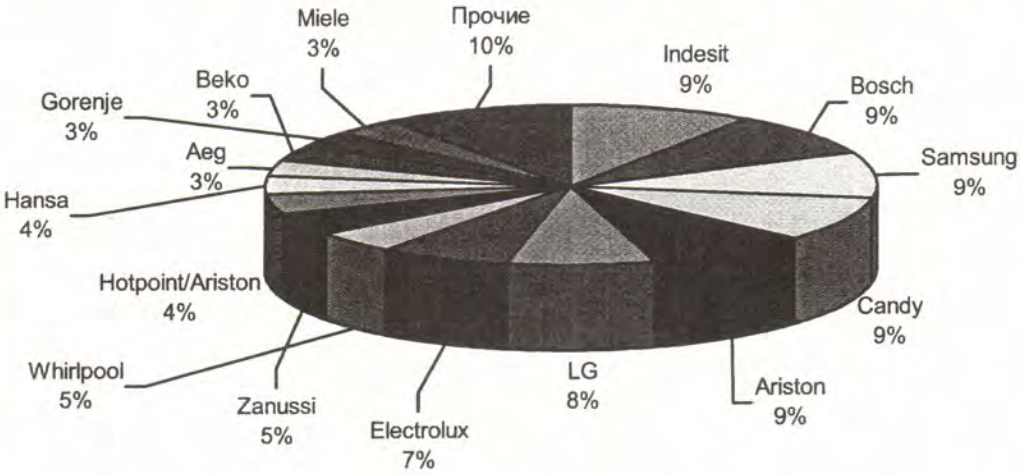

Рис.1. Структура ассортимента стиральных машин компании «Эльдорадо» по производителю

Стиральные машины, представленные в ассортименте компании «Эльдорадо» в г. Ростове-на-Дону, ориентированы на покупателей с различным доходом, стоимость машин варьируется от 1500 до 70000 рублей.

Рассмотрим структуру ассортимента стиральных машин по цене (таблица 1).

Как показывают данные таблицы, в ассортименте компании «Эльдорадо» основное место занимают стиральные машины средней ценовой категории от 5 до 20 тысяч рублей. Однако за 2008 год отмечается расширение доли дорогих стиральных машин таких производителей, как Miele, Asko, Aeg. Кредитная политика сети магазинов «Эльдорадо» позволяет покупателям приобретать и современные дорогие марки.

Таблица 1

Структура ассортимента стиральных машин компании «Эльдорадо» по цене

Ценовой диапазон	Количество марок				Изменение	
	2007		2008			
	Марок	%	Марок	%	Марок	%
1	2	3	4	5	6	7
1500–5000	11	5,82	7	3,20	-4	63,64
5001–10000	49	25,93	35	15,98	-14	71,43
10001–15000	70	37,04	88	40,18	18	125,71
15001–20000	40	21,16	49	22,37	9	122,50
20001–30000	13	6,88	21	9,59	8	161,54
30001–40000	3	1,59	10	4,57	7	333,33
40001–50000	2	1,06	4	1,83	2	200,00
50001–60000	1	0,53	3	1,37	2	300,00
Свыше 60000	0	0,00	2	0,91	2	0,00
ИТОГО:	189	100,00	219	100,00	30	115,87

Структура ассортимента холодильников анализировалась по предприятиям-изготовителям, маркам и моделям, габаритным размерам, цене, потребляемой мощности – как наиболее значимым признакам для потребителя, формирующим его намерение о покупке. Полученные результаты позволили выявить проблемные аспекты в формировании предпочтительной структуры ассортимента бытовых холодильников, реализуемых компанией «Эльдорадо».

Из данных таблицы 2 видно, что сегодня на рынке представлена продукция не только зарубежных, но и отечественных компаний.

Таблица 2

Структура ассортимента холодильников компании «Эльдорадо» по производителю

Производитель	Количество марок				Изменение	
	2007		2008			
	Марок	%	Марок	%	Марок	%
1	2	3	4	5	6	7
Ariston	10	9,71	12	9,60	2	20,00
Atlant	3	2,91	4	3,20	1	33,33
Beko	2	1,94	4	3,20	2	100,00
Bosch	7	6,80	10	8,00	3	42,86
Candy	2	1,94	5	4,00	3	150,00
Daewoo	6	5,83	4	3,20	-2	-33,33
Electrolux	7	6,80	5	4,00	-2	-28,57
Elenberg	6	5,83	3	2,40	-3	-50,00
Gorenje	2	1,94	5	4,00	3	150,00
Liebherr	2	1,94	6	4,80	4	200,00
Vestfrost	0	0,00	3	2,40	3	
Nord	6	5,83	9	7,20	3	50,00
Indesit	9	8,74	7	5,60	-2	-22,22
LG	8	7,77	7	5,60	-1	-12,50
Miele	1	0,97	7	5,60	6	600,00
Samsung	10	9,71	10	8,00	0	0,00
Sharp	3	2,91	5	4,00	2	66,67
Stinol	10	9,71	3	2,40	-7	-70,00
Vestel	1	0,97	3	2,40	2	200,00
Whirlpool	5	4,85	5	4,00	0	0,00
Zanussi	3	2,91	8	6,40	5	166,67

Положительно, что для потребителей появилась возможность выбора. Все представленные в ассортименте компании «Эльдорадо» холодильники имеют современный дизайн и улучшенные потребительские свойства.

Большая часть населения отдает предпочтение традиционным для российского рынка маркам, таким как Samsung, Nord, Indesit, Ariston, Atlant. Этим производителям доверяют, уверены в качестве, устраивает цена. В последние годы набирают популярность холодильники известных фирм как «Beko», «Zanussi», «Sharp», «Miele». В ассортименте компании

«Эльдорадо» мало представлены холодильники таких известных российских марок, как «Бирюса», «Саратов», «Смоленск», «Свияга», прибалтийской «Снайге», весьма широко обновивших ассортимент за последнее время. Не представлены холодильники марки «POZIS». Сегодня – это один из важнейших российских производителей бытовой техники, обладающий высоко технологичным производством и выпускающий востребованную продукцию.

Данные структуры ассортимента по габаритным размерам (табл. 3) свидетельствуют, что в ассортименте компании «Эльдорадо» в наибольшей степени представлены крупногабаритные агрегаты. Их доля составляет 81 %.

Таблица 3

Данные структуры ассортимента бытовых холодильников компании «Эльдорадо» по габаритным размерам

Габаритные размеры, мм	Доля, %
Малогабаритные холодильники (высота 1250–1600; ширина 570–600; глубина 600)	5
Среднегабаритные холодильники (высота 1610–1760; ширина 570–1760; глубина 600–700)	14
Крупногабаритные холодильники (высота 1800–2050; ширина 570–600; глубина 600–900)	81

Рассматривая ценовой интервал, можно констатировать тот положительный момент, что холодильники в магазинах компании «Эльдорадо» представлены по доступной цене, что опять решает проблему выбора для потребителя. В низком ценовом сегменте представлены холодильники различных марок и моделей с достаточно представительным набором потребительских свойств и функций.

Таблица 4

Данные структуры ассортимента бытовых холодильников по цене

Интервал цен	Доля, %
Умеренная цена (до 8000 руб.) (выпускаются с одной и двумя камерами, имеют один компрессор, ручное оттаивание морозильного отделения)	24
Повышенная цена (от 8000 до 15000 руб.) (2- и 3-камерные холодильники с различным объемом, автоматическим оттаиванием, режимом быстрой заморозки, специальными зонами хранения продуктов (зоны свежести), полуавтоматической системой оттаивания)	47
Дорогие холодильники (более 15000 руб.) (имеют два компрессора, А-класс энергопотребления, множество приспособлений для повышения комфортности)	29

Расчет по потребляемой мощности (табл. 5) показал: на региональном рынке 40% представленных холодильников со значительным потреблением энергии, что не является положительной тенденцией в формировании ассортимента. При покупке потребитель обязан быть информирован о данной особенности холодильников. 39% составляют холодильные

агрегаты со средней потребляемой мощностью. Они пользуются наибольшей популярностью и широко представлены как импортными, так и отечественными моделями. Слабо представлены холодильники с низкой потребляемой мощностью.

Таблица 5

Данные структуры ассортимента бытовых холодильников по потребляемой мощности

Потребляемая мощность, кВт.ч/сутки	Доля, %
Холодильники с низкой потребляемой мощностью	
0,14 – 0,70	-
0,75 – 1,1	*5*
Холодильники со средней потребляемой мощностью	
1,15 – 1,2	*16*
1,21 – 1,36	*39*
Холодильники с высокой потребляемой мощностью	
1,4 – 1,75	*40*
ИТОГО:	100

Отметим, что формирование предпочтительной структуры ассортимента при низком и среднем уровне дохода потребителей связано с его пополнением малогабаритными холодильниками как отечественного, так и импортного производства, крупногабаритными холодильниками повышенной комфортности с малым потреблением электроэнергии и умеренной ценой различных торговых марок без ущерба их качества.

Как показывают данные анализа, за рассматриваемый период процент продукции ненадлежащего качества, выявленной при приемке товара, остается в целом небольшим. Так, в 2006 году процент электротоваров ненадлежащего качества составил 2,55% к общему объему реализованных электротоваров, в 2007 году он несколько увеличился и составил 2,72%, однако в 2008 году отмечается его снижение до 2,53%. Данные по группам электробытовых и электронных товаров представлены на рисунке 4.

Рис.4. Динамика поступления и выявленной продукции ненадлежащего качества по товарным группам за 2006–2008 годы

Анализ показывает, что процент выявленных электронных товаров ненадлежащего качества выше, чем аналогичный процент по электробытовым товарам. В целом динамика продукции ненадлежащего качества сопоставима с динамикой объемом поступления продукции.

В структуре электробытовых товаров наибольший процент продукции ненадлежащего качества приходится на печи СВЧ. Так, в 2006 году он составил 28,41% от объема продукции ненадлежащего качества, в 2007 году 45,13%, а в 2008 году – 35,5%. Также достаточно высокий процент продукции ненадлежащего качества отмечается по таким группам товаров, как пылесосы, стиральные машины и холодильники.

Таблица 6

Динамика и структура поступившей и выявленной продукции ненадлежащего качества по электробытовым товарам за 2006-2008 годы

Группы товаров	Количество поступивших изделий						В том числе ненадлежащего качества					
	2006 г.		2007 г.		2008 г.		2006 г.		2007 г.		2008 г.	
	шт.	%	шт.	%	шт.	%	шт.	%	шт.	%	шт.	%
Стиральные машины	2763	13,44	2487	9,77	2481	11,61	53	15,06	25	9,03	31	13,7
Холодильники	2123	10,32	1896	7,45	2588	12,11	31	8,81	31	11,19	23	10,2
Посудомоечные машины	64	0,31	88	0,35	96	0,45	1	0,28	3	1,08	0	0,00
Печи СВЧ	6216	30,23	8022	31,52	5730	26,81	100	28,41	125	45,13	80	35,5
Кондиционеры	1238	6,02	1446	5,68	2942	13,76	28	7,95	11	3,97	21	9,33
Пылесосы	5765	28,04	7388	29,02	4334	20,28	98	27,84	58	20,94	53	23,5
Обогреватели	1705	8,29	3133	12,31	2002	9,37	16	4,55	14	5,05	3	1,33
Фритюрницы	161	0,78	175	0,69	214	1,00	13	3,69	4	1,44	7	3,11
Мясорубки	528	2,57	819	3,22	987	4,62	12	3,41	6	2,17	7	3,11
ИТОГО:	20563	100	25454	100	21374	100	352	100	277	100	225	100

В таблице 7 приведены данные по наиболее часто встречающимся дефектам в холодильниках за период с 2006 по 2008 гг.

Таблица 7

Данные по наиболее часто встречающимся дефектам в холодильниках за период с 2006 по 2008 гг.

Дефекты	Количество дефектной продукции					
	2006 г.		2007 г.		2008 г.	
	шт.	%	шт.	%	шт.	%
1	2	3	4	5	6	7
Не охлаждает холодильная камера	12	40,00	11	37,93	6	27,27
Не морозит морозильная камера	5	16,67	4	13,79	4	18,18
Не включается	2	6,67	3	10,34	5	22,73
Утечка хладагента	4	13,33	4	13,79	-	
Трещина внутри корпуса (Акт неремонтопригодности)	3	10,00	2	6,90	5	22,73
Неплотно прилегает уплотнительная резина	1	3,33	2	6,90	-	-
Не работает компрессор	1	3,33	2	6,90	-	-
Сбой платы управления	2	6,67	1	3,45	2	9,09
ИТОГО:	30	100	29	100	22	100

Количество дефектной продукции, выявленной при приемке товаров, за период с 2006 по 2008 годы сокращается. За рассматриваемый период не выявлено дефектов при приемке холодильников таких производителей, как AEG, Toshiba, Vestel, Vestfrost, Whirlpool, Zanussi. По холодильникам марки AEG и Zanussi нет и возврата, то есть отсутствуют скрытые производственные дефекты. Высокий уровень дефектов выявляется у таких производителей как Indesit и Samsung. Так, при приемке холодильников Indesit в 2006 и 2007 годах было выявлено по 2 холодильника с дефектом, возвращено покупателями в 2006 году – 4, в 2007 – 7, в 2008 – 3 холодильника. Снизилось количество выявляемых при приемке дефектов по холодильникам Samsung. Так, если в 2006 году поставщикам было возвращено 3 холодильника, то в 2007 и 2008 годах при приемке холодильников этой марки дефектов выявлено не было. Однако Samsung «лидирует» по количеству возвратов покупателями. Так в 2006 году из-за скрытых дефектов было возвращено 4 холодильника, в 2007 году – 10, а в 2008 году – 4 холодильника.

Литература

1. Васильева Н. О. Товароведение бытовых электротехнических товаров : учебное пособие для вузов / Н. О. Васильева. – М. : Академия, 2004. – 336 с.
2. Морозова Ю. Д. Ситуация на рынке бытовой техники: что говорят цифры / Ю. Д. Морозова // Русский фокус. – 2005. – №3.
3. Старцев А. П. После бурного роста на рынке бытовой техники и электроники наступила стагнация / А. П. Старцев // Компания. – 2007. – №10.
4. Обзор консалтинговой группы «PRADO Банкир и Консультант» 2007 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www. URL: http://www.prado.ru/default.aspx?ID1=550.
5. Официальный сайт компании «Эльдорадо». – Режим доступа: www. URL: http://www.eldorado.ru/.

Астахов Анатолий Александрович
доктор с.-х. наук, профессор кафедры товароведения и организации торговли
НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»,
E-mail: meon_nauka@mail.ru
Генрих Надежда
студентка экономического факультета группа ЗТПП-61бд
НОУ ВПО «Волгоградский институт бизнеса»,
E-mail: meon_nauka@mail.ru

Сертификация продукции – основа защиты прав потребителей
Product Certification is the Basis of Consumer Protection

В представленной статье рассматриваются законы по защите прав потребителей и экспертизе зерна, продуктов и ее переработки и пищевых добавок позволяющие заинтересованным лицам легко разобраться по представленной проблеме.

The research is carried out on the consumer protection laws and expertise for corn, products and its processing and food supplement that allow interested people to better understand the present problem.

Ключевые слова: сертификация, потребители, закон, промышленное производство.

Рост объемов промышленного производства и отходов промышленных предприятий, увеличение количества автотранспорта, аварии на атомно-энергетических установках и нефте-газопроводах, сокращение облесенности территорий, неадекватное применение средств