

УДК 339.13:629

**ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ЕЛЕКТРОПОБУТОВИХ МАШИН  
ДЛЯ МЕХАНІЗАЦІЇ КУХОННИХ РОБІТ НА РИНКУ УКРАЇНИ**

Д. В. ПОПОВИЧ, Л. Б. ДЕМИДЧУК

Львівський торговельно-економічний університет

Побутові електромашини (ЕПМ) мають велике значення в нашому житті тому що, зменшують навантаження на виконання трудомістких операцій, заощаджують час та покращують гігієну праці.

На сучасному етапі найбільш гостро стоїть завдання формування асортименту технічно складних ЕПМ, які відповідали б функціональним, ергономічним, естетичним і екологічним вимогам й були економічними. Актуальність проблеми асортименту ЕПМ зумовлює збільшення дослідних робіт в цій галузі [1]. Незважаючи на це, до цього часу ще не створені науково обґрунтовані методи формування асортименту, що потребує поглибленого вивчення теоретичних засад асортименту і ринку. Відсутність науково обґрунтованої теорії асортименту значною мірою утруднює проведення конкретних робіт і досліджень, направлених на розв'язання практичних завдань оптимізації асортименту груп товарів. Повною мірою це відноситься і до завдання формування асортименту ЕПМ, актуальність якого визначається високими темпами зростання виробництва.

На даний час на ринку побутової техніки закінчується переоцінка цінностей. Так, якщо у 95-х роках перевагу віддавали аудіо- і відеотехніці, то тепер пріоритетними стають електропобутові товари. Багато фірм, які торгували радіо- і телеапаратурою, змушені включати у свій асортимент і електропобутові машини.

На сьогодні вітчизняний ринок електропобутової техніки є одним з тих, що найдинамічніше розвивається: його обсяги щорічно зростають на 30-40%, а зростання попиту становить 10-20% [2].

На даний час імпортом електропобутової техніки в Україні займаються понад 150 великих і середніх фірм, але з урахуванням всіх малих фірм-імпортерів, які не проводять рекламних компаній і не беруть участь у виставках, загальна кількість імпортерів побутової електротехніки сягає понад 500 [3].

Першими фірмами з продажу електропобутових товарів в Україні були і на їх долю припадало (у відсотках до загального обсягу): Ariston, Indesit, – 40 %, Zanussi – 12 %, Ardo – 12 %, Rowenta – 10 %, Bosch, Simens – 5 %, Electrolux – 2%.

Ринок побутової техніки - один з небагатьох, де споживачі легко орієнтуються у великій кількості товару. Більшість покупців мають уявлення про те, якій марці (виробнику) надати перевагу. Сумнів може виникнути лише при виборі моделі, оскільки більшість виробників для задоволення попиту представляють на вибір широкі модельні ряди. До таких лідерів можна віднести Bosch, Braun, Rowenta, Ardo, Indesit, Zanussi, Samsung, LG та ін. Продукція під цими брендами присутня майже у всіх категоріях і цінових групах та займає близько 75 % обсягу ринку електроприладів.

Для прикладу наведемо, як виробники постійно вдосконалюють технології і дизайн кухонних комбайнів. Виробники намагаються покращити робочі та споживчі властивості кухонних комбайнів: компанія Roventa – запровадила систему миттєвої зборки насадок ELS, систему TSC (подвійне дно для зберігання аксесуарів); Moulinex – застосування функції „Турбо”,

автоматичного контролю швидкості обертання і функції розпізнавання насадок; Kgups – введенням системи плавного зростання швидкості обертання, автоматичного контролю потужності.

Реалізація електропобутової техніки та побутової електроніки в Україні не регулюється окремими профільними законами та нормативними актами. Непрямо на діяльність операторів ринку впливає розмір митних ставок на побутову техніку, яка не виробляється в країні і тому завозиться із закордону. Ще в березні 2005 року було прийнято Закон України „Про внесення змін у Митний тариф України”, яким передбачено зниження ставок на деякі групи товарів, зокрема, побутові товари. В розмірі від 10 до 14% визначена ставка на телевізори, побутову техніку і холодильники, а також у розмірі 5% – на пральні машини. Це в декілька разів нижче за раніше діючі митні ставки. Цей Закон позитивно впливає на зростання ринку електропобутової техніки в Україні. Вже сьогодні також очікуються активні зрушення в цьому напрямку, в зв'язку із вступом України у СОТ.

Кількість торговельних мереж різних розмірів сьогодні перевищує 30 одиниць. Частка продажів побутової техніки через магазини мережевого формату у великих містах країни сягає 70-90%. У структурі товарних груп, які реалізуються в торговельних мережах, близько 50% припадає на електропобутову техніку, 40% – на побутову електроніку і близько 10% – на комп'ютерну техніку.

Соціальні дослідження показали, що намір придбати побутовий електроприлад з'являється в сім'ях, яким не подобаються ті чи інші домашні роботи. Найбільш неприємними домашніми роботами 66% респондентів назвали прання, прасування і прибирання в квартирі, далі йдуть приготування їжі і миття посуду [4]. Мабуть через це ЕПМ складають сьогодні базову групу виробів, тобто, вони мають найбільшу споживну корисність.

Підсумовуючи все вище сказане, можна відзначити, що масовий характер виробництва ЕПМ, технічний рівень яких має відповідати сучасним вимогам споживачів, потребує постійного конструктивного вдосконалення, за рахунок чого вдосконалюється їх існуючий асортимент. Постійному оновленню асортименту товарів на ринку сприяє конкуренція, що зумовлює надходження на ринок нових товарів з новими споживними властивостями. Номенклатура споживних властивостей повинна врахувати умови експлуатації машин, рівень задоволення потреб, попит споживача та сприяти врахуванню вимог з метою підвищення якості і ефективності їх експлуатації.

### Література

1. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
2. Основні показники товарного ринку України за 6 міс. 2018 року. <http://www.credit-rating.ua/ua/>
3. Полікарпов І.С., Шийко І.І. Товарознавство електропобутових машин: Посібник – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 336 с.
4. Клименко Д. Товарознавча оцінка якості вітчизняних побутових машин // Вісник КНТЕУ. – № 4, 2002. – С. 96-102.