

УДК 621.395 : 332.1

А.В. Жебо,

канд. техн. наук, доцент,

доцент кафедры товароведения торгово-технологического факультета
Хабаровского государственного университета экономики и права

Е. О. Шарко,

ведущий специалист ООО «Горизонт» (г. Хабаровск)

АССОРТИМЕНТ СОТОВЫХ ТЕЛЕФОНОВ: ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ

Исследован ассортимент сотовых телефонов на примере одной из сетей магазинов сотовых телефонов, представленных на рынке г. Хабаровска. Показаны особенности формирования ассортимента и основные технические характеристики телефонов.

Ключевые слова: сотовый телефон, ассортимент, торговая сеть, технические характеристики.

The assortment of cellular phones as exemplified by one of the specified chain stores available on Khabarovsk market is examined. Peculiarities of formation of assortment and main phones' specifications are shown.

Keywords: cellular phone, assortment, sales network, specifications.

По состоянию на 2016 г. в России абонентами сотовых операторов, а именно владельцами SIM-карт, являлись около 238,4 млн человек (по данным аналитиков AC&M-Consulting). Стоит ли упоминать, что на сегодняшний день, почти у каждого гражданина страны есть свое переносное средство связи, будь то влиятельный чиновник, представитель бизнеса или же студент университета.

Другое дело, что из всего рынка абонентских радиостанций население предпочитает уже не просто мобильные телефоны, а современные смартфоны. Ими владеют около 70 процентов абонентов сотовой связи. Если сравнивать, например, современный рынок мобильной связи с его состоянием в период 2005–2009 гг., то существенные изменения очевидны.

В период середины двухтысячных годов телефоны были далеко не у каждого, ими пользовались 10–20 % от всего населения России, смартфоны только осваивали свой сегмент рынка и для большинства потребителей были чем-то диковин-

ным. А если брать ещё ранее (самые первые годы становления рынка мобильной связи), то и обычный кнопочный телефон был доступен далеко не всякому материально обеспеченному человеку.

Стандартный мобильный телефон в те годы включал в себя лишь пару функций, главной из которых была коммуникативная, а именно – возможность абонента дозвониться до другого абонента сотовой связи. Сейчас же современный коммуникатор не обходится двумя-тремя функциями, диапазон возможностей значительно вырос. Одной из главных тенденций последних лет на рынке мобильных терминалов является замещение смартфонами обычных мобильных телефонов.

На рынке обычных кнопочных телефонов ситуация осложнена ещё и тем, что время не стоит на месте, не стоят на месте и новые технологии, с каждым годом производители пытаются следить за нововведениями и обеспечивают прилавки современными изобретениями. Но выпуск производителями мобильных бюджетных

телефонов, а главное, падение спроса на них отнюдь не линейны, что свидетельствует о наличии в данной области, как и в любом ином сегменте потребительского рынка, неперенной доли консерватизма.

Мобильные телефоны все так же пользуются спросом у покупателей, спрос не велик, но он имеется, и он стабилен. Покупателями, как правило, являются приверженцы простых и эргономичных кнопочных устройств: они удобны в использовании, в них нет «лишних» функций. Следовательно, главной задачей у производителей мобильных телефонов является повышение эргономичности (удобства) данных устройств. Вряд ли смартфонам под силу полностью вытеснить рынок мобильных телефонов.

Рассмотрим ассортимент сотовых телефонов на примере сети магазинов сотовых телефонов, аудио-, фото- и видеотехники в г. Хабаровске. Розничная сеть имеет в своем распоряжении 14 магазинов. Для выполнения работы были взяты 6 магазинов этой торговой сети, которые расположены по всему городу: на улицах Муравьева-Амурского, Ленина, Гагарина, Ворошилова, Руднева, а также в ТЦ

«Южный Парк». Для полноты картины анализ наличия мобильных телефонов в торговых точках проводился несколько раз: в начале марта, середине марта, в апреле. Вторичной информацией для исследований послужил интернет-магазин на одноименном сайте, прайс-листы магазинов, сертификаты соответствия.

В шести магазинах были представлены товары 12 компаний – производителей сотовых телефонов (наименование производителя – страна изготовитель): «Alcatel» (Китай), «Fly» (Китай), «Jinga Simple» (Китай), «Nokia» (Вьетнам), «Philips» (Китай), «Ritzviva» (Китай), «Qumo» (Китай), «LG» (Китай), «Micro-max» (Китай), «Ginzzu» (Китай), «Senseit» (Китай), «Lexand» (Китай). Всего 47 представленных различных моделей данных производителей. В начале анализа результатов исследования были рассмотрены мобильные телефоны на прилавках магазинов г. Хабаровска, сети магазинов сотовых телефонов, имеющих в наличии. Для наглядности приведен рисунок 1, который показывает, в каком магазине ассортимент мобильных телефонов наиболее полно представлен.

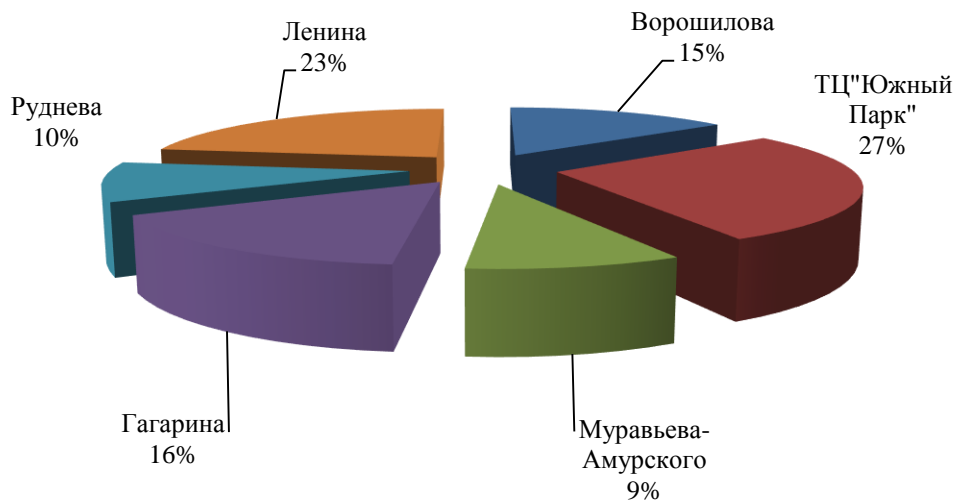


Рисунок 1 – Анализ структуры ассортимента мобильных телефонов в сети, шт.

Из проведенного исследования по анализу структуры ассортимента следует, что далеко не все мобильные устройства имеются в конкретных торговых точках. Например, некоторые модели таких производителей, как «Lexand», «QUMO», «Ginzzu», отсутствуют в ассортименте всех шести представленных магазинов.

Самым большим ассортиментом, из представленных шести магазинов сети, обладает торговая точка, расположенная в торговом центре «Южный Парк». В ней представлено 45 наименований различных моделей мобильных устройств. Но и это не свидетельствует о том, что абсолютно все модели, имеющиеся в базовом ассортименте, есть на прилавке. Отсутствует, например, ряд моделей «Qumo», Lexand, «LG» и «Ginzzu».

Самый незначительный ассортимент (15 наименований мобильных телефонов) в магазине на улице Муравьева-Амурского, хотя он и расположен в самом центре города Хабаровска. Быть может, это потому, что магазин специализируется на продажах смартфонов и других мобильных устройств.

Самый большой удельный вес в структуре ассортимента шести магазинов наблюдается у модели «Ritzviva F240i» – 7,4 % от всего ассортимента. Самый низкий удельный вес в структуре ассортимента анализируемых торговых точек с показателем 0,6 % наблюдается у моделей «Fly DS116+», «QUMO 250 Dual», «QUMO Push 243 Clamshell», «QUMO Push 245», «QUMO Push 184 GPRS», «Micromax Joy X1800».

У такого производителя, как «QUMO», по совокупности десяти моде-

лей удельный вес самый маленький во всех шести магазинах. Его мобильные устройства либо представлены менее широко, по сравнению с другими производителями, либо не представлены вовсе. Впрочем, это свидетельствует не столько о низком спросе на продукцию данного производителя, а сколько о недостаточной эффективности менеджмента, ведь производитель «QUMO» находится на дальневосточном рынке мобильных устройств не так уж и давно.

Небольшой удельный вес имеет и производитель мобильных телефонов с влагостойким и прочным корпусом «Ginzzu»: «Ginzzu R2 DUAL», «Ginzzu R7 DUAL», «Ginzzu R6 DUAL», «Ginzzu R11». Эти телефоны имеют узкую и специальную направленность, отлично подходят для туристов и людей, живущих в труднодоступных местах. Несмотря на то, что у данных телефонов надежная связь, с помощью которой можно дозвониться из любой точки мира, но в повседневной жизни эта особенность не так уж и востребована. Самый большой удельный вес по совокупности девяти моделей у производителя «Nokia». Он составляет 25,3 % от всей структуры ассортимента анализируемых торговых точек. Телефоны «Nokia» уж давно известны на дальневосточном рынке мобильных устройств. Они всегда отличались хорошим качеством сборки и новаторским дизайном. В двухтысячные годы «Nokia» был одним из самых популярных производителей кнопочных мобильных устройств. Но сейчас ситуация иная: теперь спросом пользуются коммуникаторы, а по ряду причин смартфоны «Nokia» устраивают

далеко не всех потребителей. Тем не менее как производитель мобильных телефонов «Nokia» все еще актуальна, в том числе и потому, что у «Nokia» есть телефоны с двумя возможностями использования – сенсорным экраном (Touch Screen) и стандартным классическим кор-

пусом. Далее был проведен расчет показателей ассортимента мобильных телефонов по шести магазинам, реализуемых в сети. Результаты расчета по наилучшим показателям широты, полноты, новизны и устойчивости среди шести магазинов сети можно увидеть на рисунке 2.

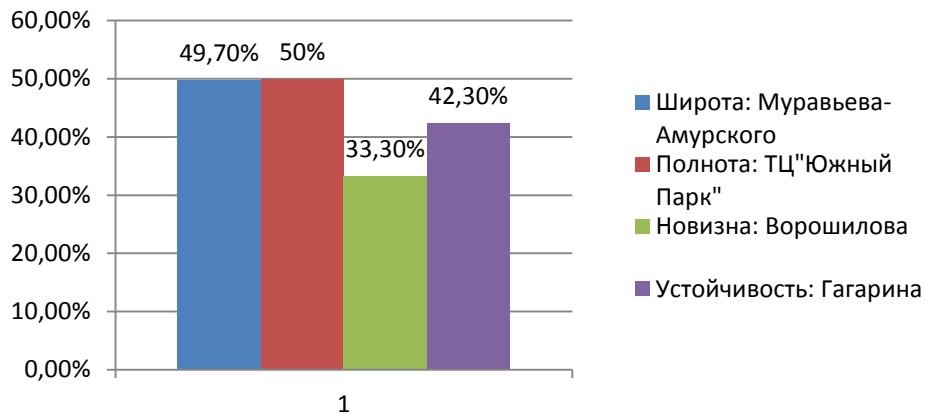


Рисунок 2 – Магазины с лучшими значениями коэффициентов показателей ассортимента

Данные приведенного выше рисунка говорят о достаточно низких показателях ассортимента мобильных телефонов, реализуемых во всех шести торговых точках. Наиболее предпочтительной широтой (насыщенностью) обладает магазин на улице Муравьева-Амурского, показатель широты составляет 49,7 % от всего ассортимента товаров. Другое дело, что полнота ассортимента у данного магазина гораздо меньше, чем широта. Она составляет всего 16,7 %. Это говорит о том, что магазин большей частью торгует не мобильными телефонами, а коммуникаторами, ноутбуками, планшетами, видеорегистраторами и т.д. Наименьшим показателем широты обладает торговая точка по улице Ворошилова. Широта ассортимента в ней достаточно низкая и составляет 9,5 %, а потому и потребитель

не сможет в полной мере удовлетворить здесь свои потребности (это касается и различных разновидностей аксессуаров для технических устройств).

Полнота ассортимента в торговой точке по ул. Ворошилова также низкая, из чего следует, что ассортимент мобильных телефонов сети представлен далеко не в полном объеме. А вот наибольшим показателем полноты обладает отделение в торговом центре «Южный Парк» на ул. Суворова, и он составляет 50 %.

Что же касается показателя новизны, то здесь по сравнению с другими показателями ситуация несколько лучше. Ассортимент мобильных телефонов в представленных шести торговых точках сети периодически обновляется, и это позволяет покупателю рассмотреть, оценить, а потом и приобрести многие новинки мо-

бильных устройств. Самый устойчивый спрос имеется в магазине на ул. Гагарина. Значение показателя устойчивости составляет 42,3 % от всей в нём полноты ассортимента. В течение анализируемого периода времени устойчивым спросом пользовались 11 наименований моделей. Но самый лучший показатель в магазине на ул. Ленина, это 14 моделей устойчивого спроса. Далее был произведен анализ информации о товаре (на основании официального сайта сети) с основными техническими характеристиками мобильных телефонов (диагональ экрана, разрешение экрана, наличие фотокамеры, емкость аккумулятора и др.).

Из анализа информации о товаре были сделаны следующие выводы: как правило, указывается емкость аккумулятора, диагональ экрана, его разрешение и наличие фотокамеры, количество SIM-карт, что же касается гарантийного срока, то на все устройства он равен одному году. Все характеристики соответствуют ТР ТС 020/2011 «Электромагнитная совместимость технических средств». В то же время из 47 мобильных телефонов различных производителей информация лишь по 6 из них наиболее полна. Скорее всего, отдельные «пробелы» вызваны желанием производителя не акцентировать внимание на тех или иных недостатках тех или иных моделей своих телефонов. В магазинах сети преобладают мобильные телефоны с классическим корпусом (моноблоки), также есть телефоны с типом корпуса «раскладной» и «классический» с «QWERTY»-клавиатурой, но их гораздо меньше. «Раскладных» телефонов на рынке мобильных телефонов в сети всего 4 из 47 представленных, а это 8,51 %. Мобильных устройств типа «классический» с «QWERTY»-клавиатурой одно наименование (2,13 %). Долгое время на

рынке мобильных устройств присутствовали и такие типы виды корпусов, как «слайдер», «ротатор», телефоны с «двойной раскладушкой» и др. Теперь же их почти не стало. Телефоны эти оригинальны, но, чем оригинальнее устройство, тем сложнее его произвести, а следовательно, больше и затраты. Телефоны-моноблоки напротив, произвести достаточно просто, а значит, они и дешевле, потому и спрос на них выше.

Диагонали экрана у телефонов различны, они варьируются от 0,95 дюйма как у «QUMO Push mini» и до 3 дюймов как у «LG G360». Разрешение экрана соответственно зависит от диагонали: чем больше диагональ у экрана, тем больше должно быть его разрешение и наоборот. Чем больше разрешение, тем четче на нём картинка. Если же сравнить эти два телефона, то у «QUMO Push mini» разрешение экрана составляет 96x64 пикселей, а у «LG G360» – 320x240 пикселей. Разница большая, у «QUMO» самое маленькое разрешение из всех телефонов, у «LG» одно из самых больших. Таким же разрешением обладают еще 25 телефонов, но они с меньшей диагональю экрана, следовательно «LG G360» обладает не вполне высоким качеством изображения. Самое же высокое разрешение экрана у «QUMO Push 242 Dual», оно составляет 400x360 пикселей при диагонали в 2,4 дюйма, что свидетельствует о весьма четком изображении. К тому же такой производитель, как «Qumo» (Китай), представляет линейку наиболее разных по своим характеристикам телефонов.

К сожалению, ассортимент реализуемых в сети г. Хабаровска телефонов фирмы «Qumo» крайне невысок. Возможно, продукции данного производителя больше в западной части страны, поскольку представительства не только «Qumo», но

и всех остальных компаний находятся именно там.

Что же касается фотокамер, то имеются они не у всех мобильных устройств. Нет фотокамер у девяти различных моделей, а это 19,1 % от всего ассортимента. Из числа же имеющих фотокамеру самый меньший показатель разрешения у телефонов «Ginzzu R11», «Micromax Joy X1800», «Jinga Simple F100» и «Jinga Simple F150», он составляет 0,08 мегаПикселей. Самый большой – у устройства «Alcatel 2012D», равный 3 мегаПикселям. А ведь чем выше количество мегаПикселей, тем выше качество фото- и видеосъемки.

Встроенная память в телефонах варьируется от 8 мБ до 64 мБ, либо она вообще не указывается. По сегодняшним меркам это очень маленький объем, а у смартфонов он гораздо выше и исчисляется в гигабайтах. Отсюда и расходы, ведь если пользователю нужны устройства больших возможностей, то дополнительно приходится приобретать и карту памяти.

Количество слотов для SIM-карт, как правило, два, только у модели «Nokia 105» – один. Касаясь такой технической характеристики, как емкость аккумулятора, отметим: самые высокие показатели наблюдаются у телефонов производителя «Philips»: это телефоны «Philips Xenium E560», «Philips Xenium X1560», «Philips Xenium E180», их емкость составляет 3100, 2900, 3100 мАч соответственно. Соотношение «время в режиме разговора – емкость аккумулятора» у данных мобильных телефонов также самое высокое (время в режиме разговора, например, составляет от 39 до 48 часов). Что же касается самых низких показателей, то они у телефонов «Lexand LPH1 Mini», «QUMO

Push mini»: 400–420 мАч. Однако надо учитывать, что данные телефоны имеют пометку «mini», что указывает на их миниатюрные размеры, а тем самым и на небольшие размеры их аккумуляторов.

По габаритам (весу) телефоны варьируются от 60 грамм до 161 грамма. Самый легкий – «Alcatel 1013D». Самый тяжелый – «Ginzzu R6 DUAL», поскольку этот телефон обладает «особым» корпусом: с функцией защиты от влаги и пыли, а отсюда и повышенный вес.

Гарантийный срок, как правило, указывается везде и равняется 1 году. После одного года эксплуатации телефон бесплатно ремонту не подлежит, хотя ещё несколькими годами раньше гарантийный срок на мобильные телефоны давался на два года. Возможно, это связано с ухудшением качества мобильных устройств, ведь подавляющее число сборочных производств перенесено фирмами из своих стран в Китай.

Подводя промежуточный итог, можно сказать, что телефоны производителей «Nokia» и «Philips» обладают наиболее высокими техническими характеристиками, а документация на них содержит достаточно полную информацию и соответствует всем сертификатам соответствия.

Для наглядности приведены иллюстрации (диаграммы), показывающие статистику в отношении таких характеристик, как корпус телефона, количество SIM-карт и диапазон GSM. Рисунки приведены ниже.

Из рисунка 3 видно, что предложение на телефоны с классическим корпусом в сети является приоритетным.

Далее приведена диаграмма, показывающая анализ ассортимента мобильных устройств по количеству слотов для SIM-карт (см рисунок 4).

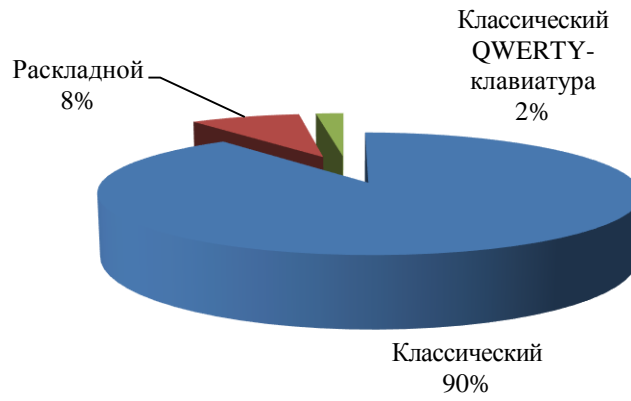


Рисунок 3 – Анализ ассортимента по типу корпуса, штуки

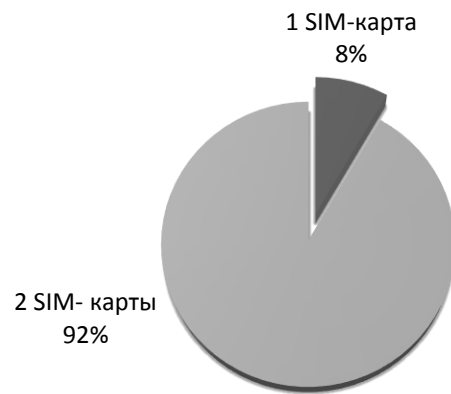


Рисунок 4 – Анализ ассортимента по количеству разъемов для sim-карт

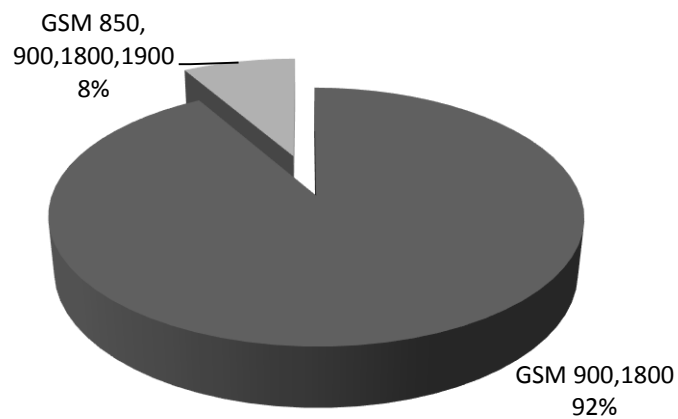


Рисунок 5 – Анализ ассортимента по диапазону GSM

Диаграмма показывает, что основная масса мобильных телефонов предлагается с двумя разъемами для sim-карт. Такая же ситуация коснулась и такой характеристики телефонов, как стандарт связи GSM (рисунок 5). Данная диаграмма, свидетельствует о том, что мобильные устройства со стандартом связи «GSM 900,1800» имеют гораздо больше распространение.

Для полноты обзора рынка была проанализирована структура ассортимента мобильных телефонов по материалу их корпусов.

Подавляющее большинство мобильных телефонов в шести магазинах сети имеет корпус из пластикового материала: 149 единиц из 163 представленных (удельный вес 91,4 %).

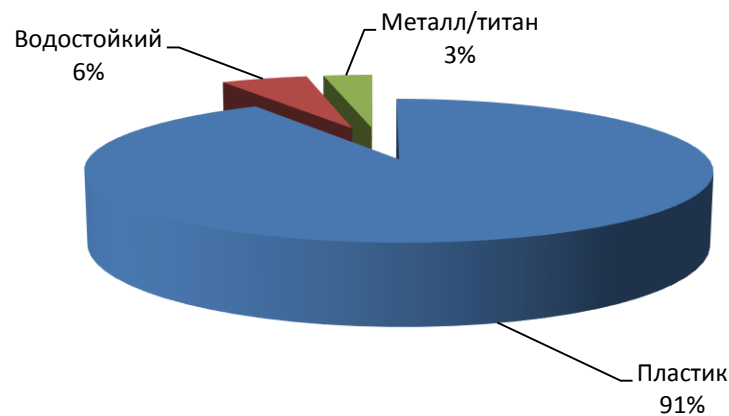


Рисунок 6 – Структура ассортимента материала корпуса

Остальных корпусов (металлических/титановых и водонепроницаемых и по совместительству прочных) гораздо меньше – по 5 и 9 единиц (соответственно удельный вес 3 и 5 %). В трех магазинах из шести телефонов с корпусами повышенной прочности можно не найти. Таким образом, сети магазинов сотовой связи в г.

Хабаровске следовало бы расширить ассортимент корпусов телефонов с повышенной прочностью, так как пластик – материал достаточно непрочный, на нём легко возникают трещины, царапины и прочие повреждения. Делая вывод, можно сказать, что далеко не во всех магазинах (из представленных шести) ассортимент

мобильных телефонов широк, полон и разнообразен. Ситуация довольно однозначна – скромный модельный ряд. То большое разнообразие телефонов, что представлено на сайте магазина, не встретишь ни в одном из магазинов. Вполне понятно стремление торговой сети оптимизировать логистику (сократить расходы на транспортировку и дополнительные складские операции), но и не всякий покупатель отдаёт предпочтение покупкам через Интернет, особенно люди старшей возрастной группы. Вот и получается, что торговая сеть в городе достаточно обширная, а покупатель выходит из магазина без нужной ему покупки.

Таким образом, к формированию ассортимента мобильных телефонов в магазинах менеджерам торговой сети следовало бы подойти более продуманно. Да, запрос на классические мобильные устройства по сравнению с теми же коммуникаторами не так уж и велик, но и среди «классики» достаточно много моделей, пользующихся повышенным спросом, что нужно обязательно использовать.

Список использованных источников

- 1 Теоретические основы товароведения : учебник / М. А. Николаева. М. : Норма; ИНФРА-М, 2014; 448 с
<http://znanium.com/bookread2.php?book=429813>
- 2 URL:<http://www.svyaznoy.ru/> (дата обращения 24.03.2017).
URL:<http://www.okpd2.ru/>(дата обращения 1.04.2017).
- 4 URL:http://www.Json.tv/ict_telecom_analytics_view.html (дата обращения 24.03.2017).
- 5 URL:<http://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 24.03.2017).
- 6 Ria.ru/science/20061113/55600903.html(дата обращения 24.03.2017).
- 7 URL:http://www.Psyera.ru/4095/factor_yfotmirovaniya_assortimenta.html (дата обращения 24.03.2017).