

Маркетинговое исследование

Рынок сотовых телефонов

Введение

Среди величайших изобретений прошлого века сотовая связь по праву занимает первое место. Сейчас это неотъемлемая часть повседневной жизни каждого человека и самый распространённый вид связи. В настоящее время только по России насчитывается свыше 216 млн. абонентов сотовой связи. По оценкам IDC в 2010 году в мире было продано 1388,6 миллиарда мобильных телефонов. В последние годы ассортимент сотовых телефонов расширился в разы. Регулярно выходят новые модели, появляются и активно рекламируются новые функции. Потребителю легко потеряться в многообразии сотовых телефонов, особенно когда чуть ли не каждый месяц выходят различные улучшенные версии.

- **Направление исследований-**
«Исследование потребителей сотовых телефонов»
- **Метод исследований-**описательный
- **Способ сбора-**полевое исследование

Цели исследования

- 1.** Оценка емкости рынка сотовых телефонов г. Самара через объем потребления и количество потенциальных потребителей
- 2.** Выбор целевых сегментов рынка по конечному потребителю
- 3.** Повышение эффективности рекламной деятельности

Формирование выборки

- **Респонденты:** жители г. Самара
- **Объем выборки и места сбора информации:** 30 человек со стратификацией по районам г. Самара
- **Метод опроса:** интервью

Задачи исследования

- 1. Выявить номенклатуру и приоритеты потребляемых сотовых телефонов (*ассортимент, приоритеты покупателей*)
- 2. Определить объем продаж сотовых телефонов в год и количество покупок (*емкость рынка в год, частота покупок*)
- 3. Выявить предпочтения места приобретения сотового телефона (*магазин, рынок*)
- 4. Определить предпочтения потребителей (*марки сотовых телефонов*)
- 5. Возрастная группа (*сегмент по возрасту*)
- 6. Доход (*сегмент по доходу*)
- 7. Пол (*сегмент по полу*)
- 8. Род занятий (*сегмент по роду занятий: рабочий, служащий, предприниматель, учащийся, временно не работающий*)

Ёмкость рынка

- Ёмкость рынка данного товара определяется по формуле:

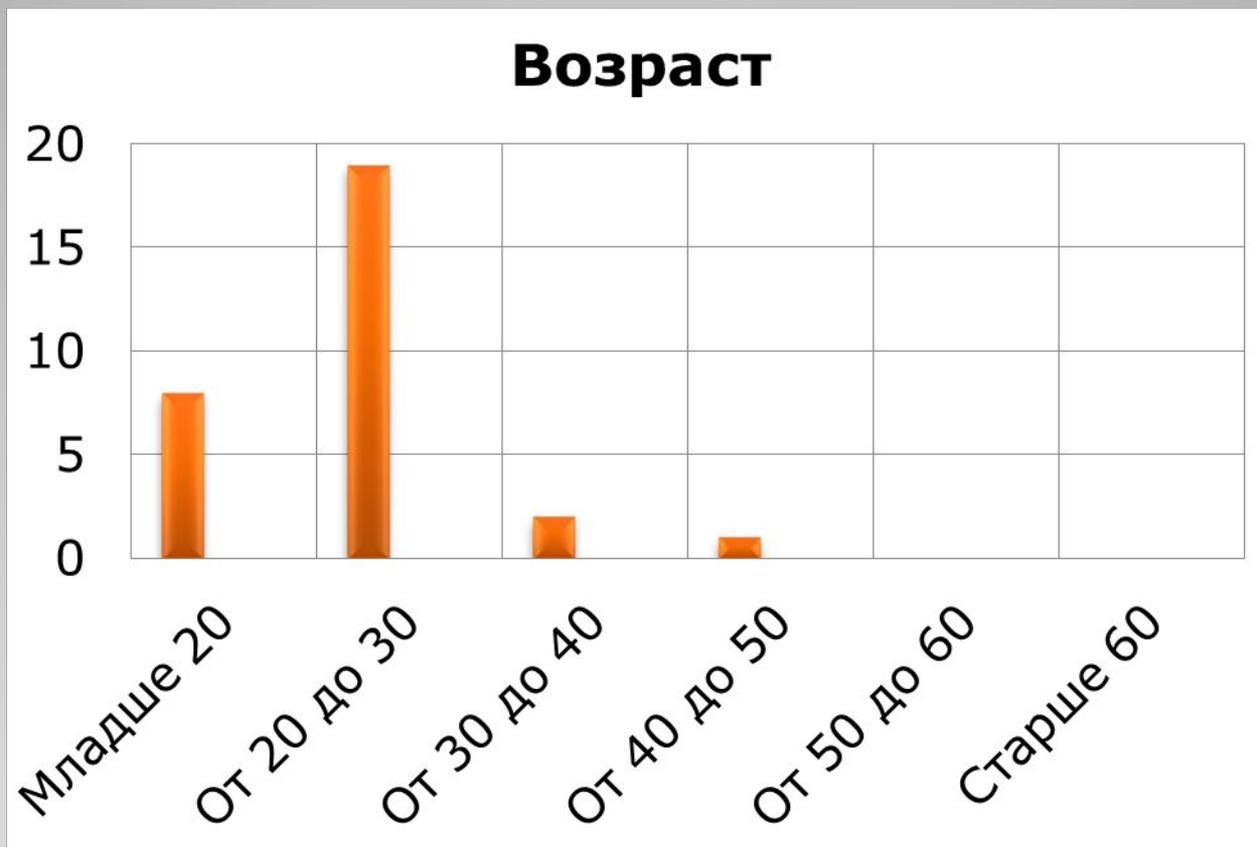
$$E = D \cdot N \cdot \sum_{i=1}^m n_i \cdot d_i$$

- где E — ёмкость рынка данного товара;
- D — удельный вес (доля) людей, имеющих сотовые телефоны, к общему числу опрошенных;
- N — количество жителей в г. Самара (1 250 000 чел.);
- n_i — удельный вес (доля) людей, совершающих покупки с определенной частотой, к общему числу людей, совершающих покупки;
- d_i — средняя сумма покупки с определенной частотой.

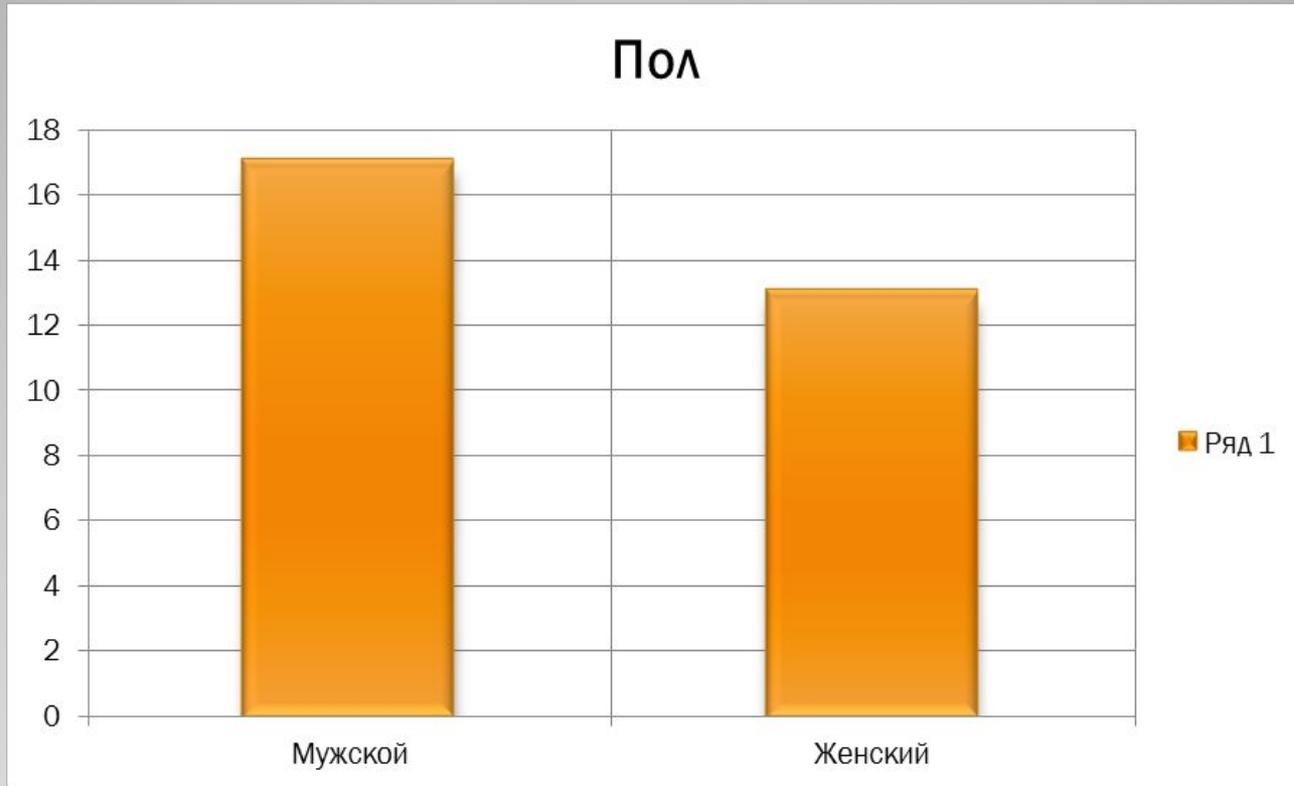
руб.

$$E = \frac{30}{30} \cdot 1250000 \cdot \left(\frac{7}{30} \cdot 4000 + \frac{14}{30} \cdot 7000 + \frac{6}{30} \cdot 9000 + \frac{3}{30} \cdot 13000 \right) = 9125 \cdot 10^6$$

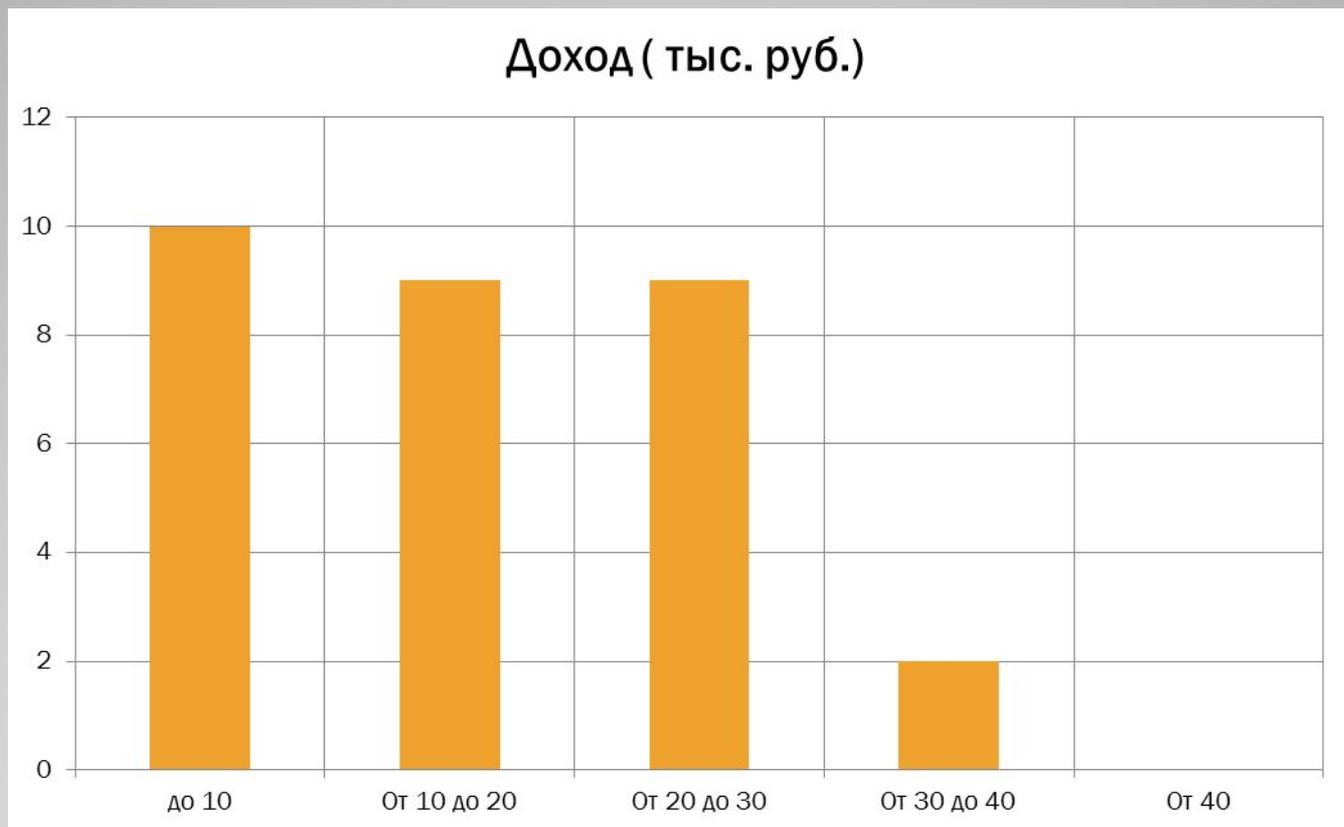
Характеристика респондентов



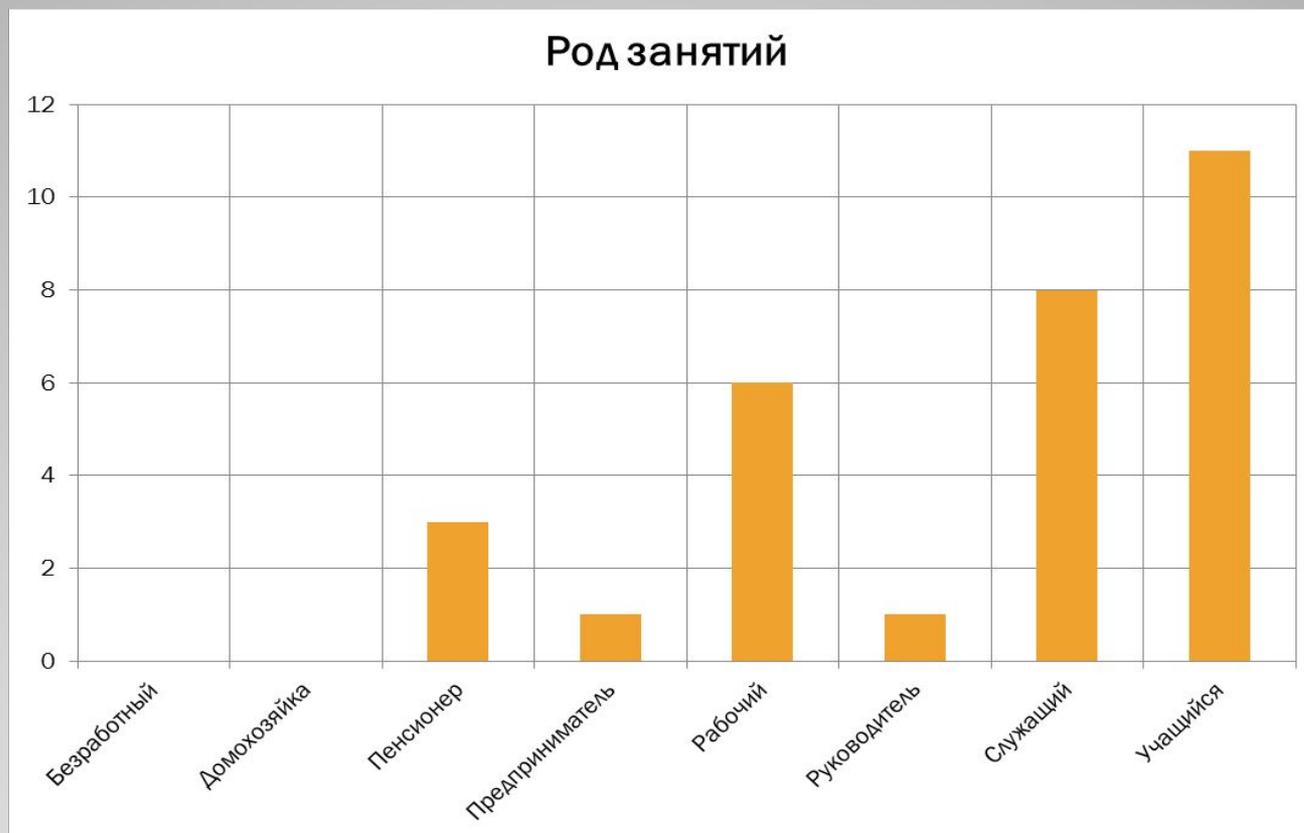
Характеристика респондентов



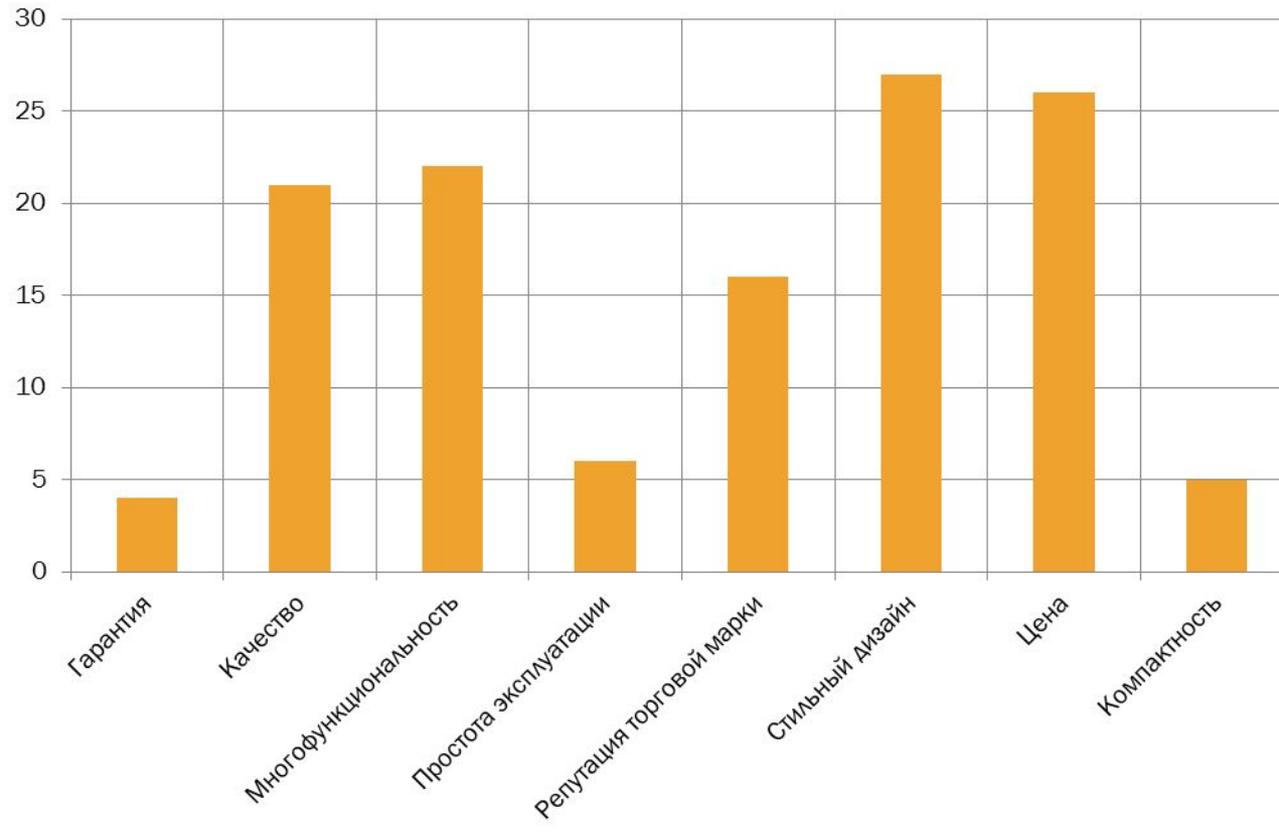
Характеристика респондентов



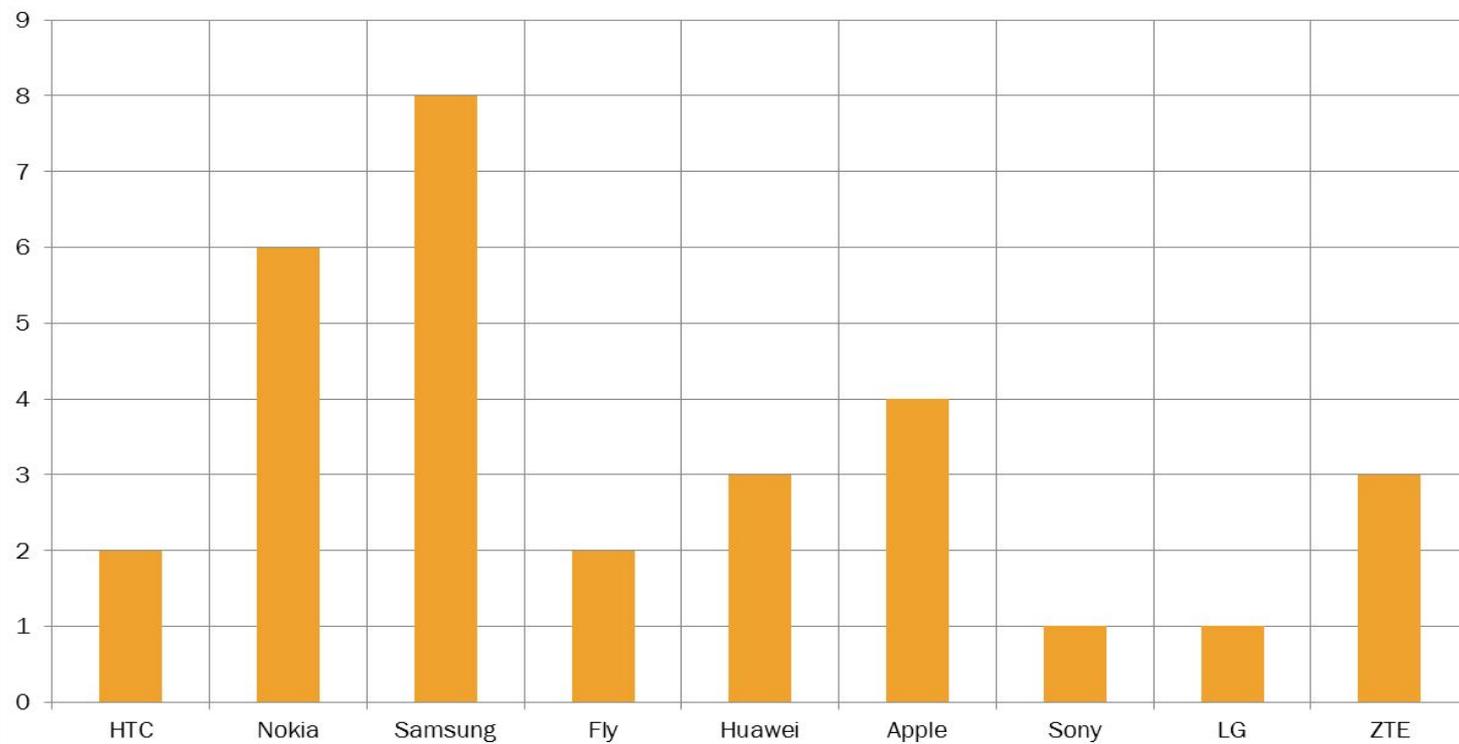
Характеристика респондентов



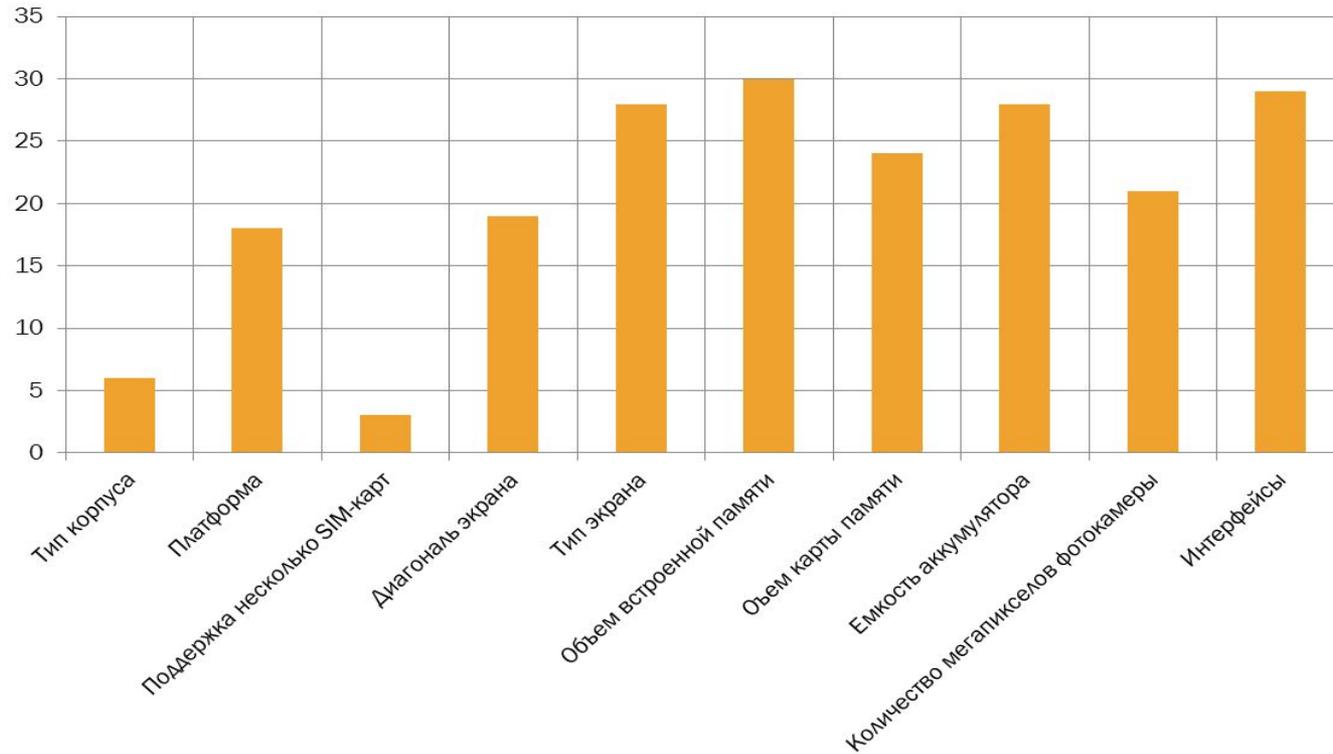
Решающий фактор при покупке СТ



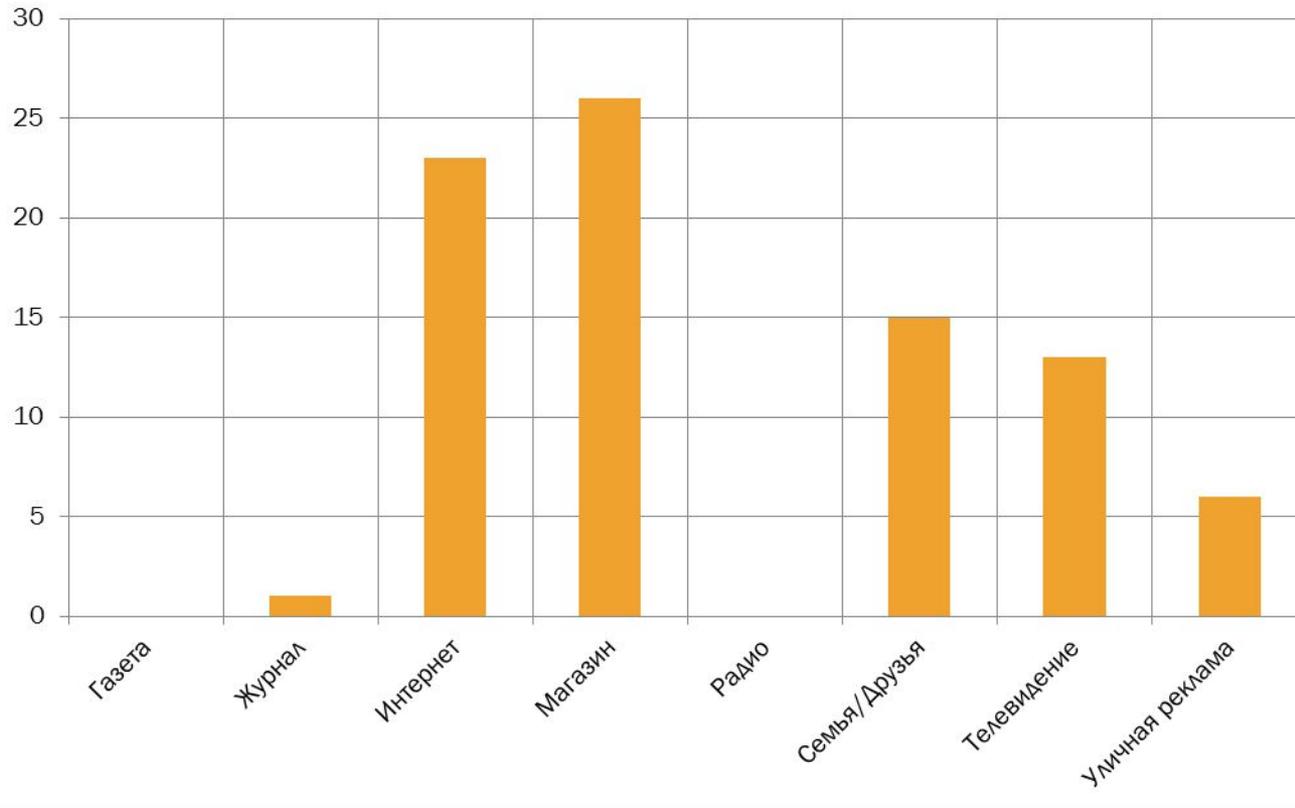
Марка СТ



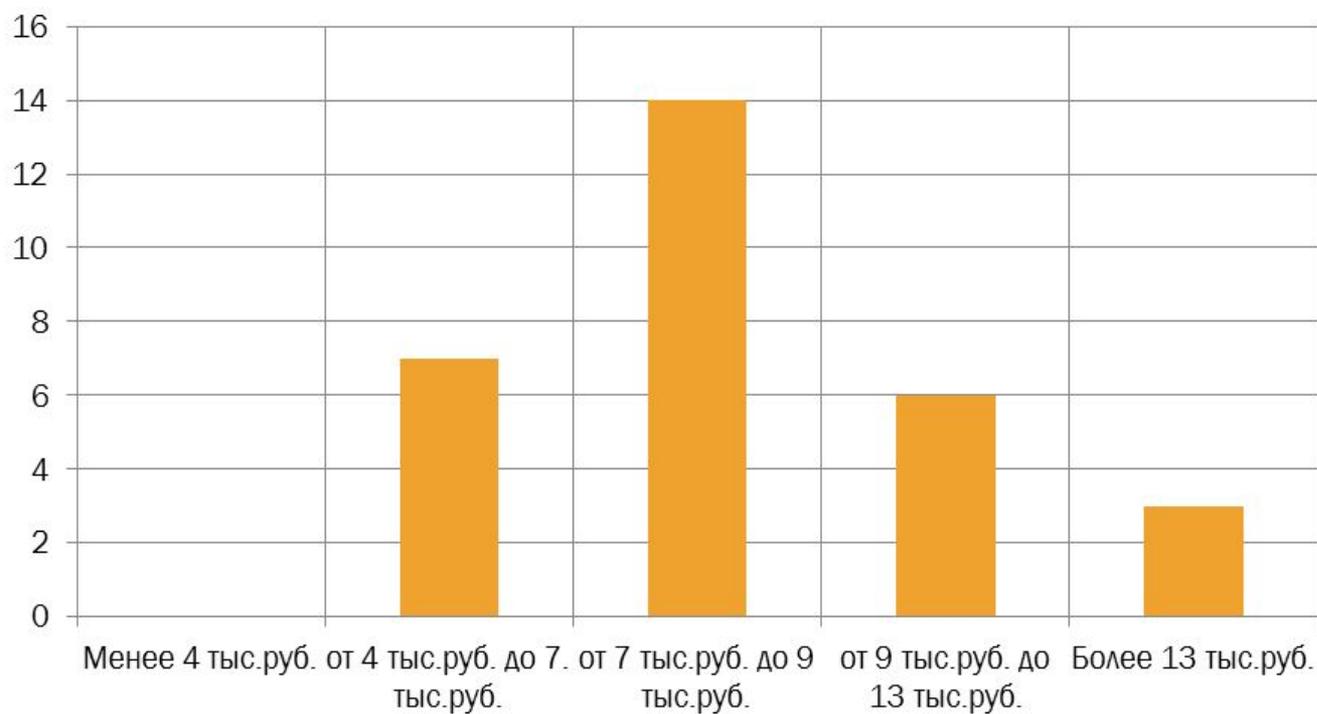
Главный критерий качества СТ



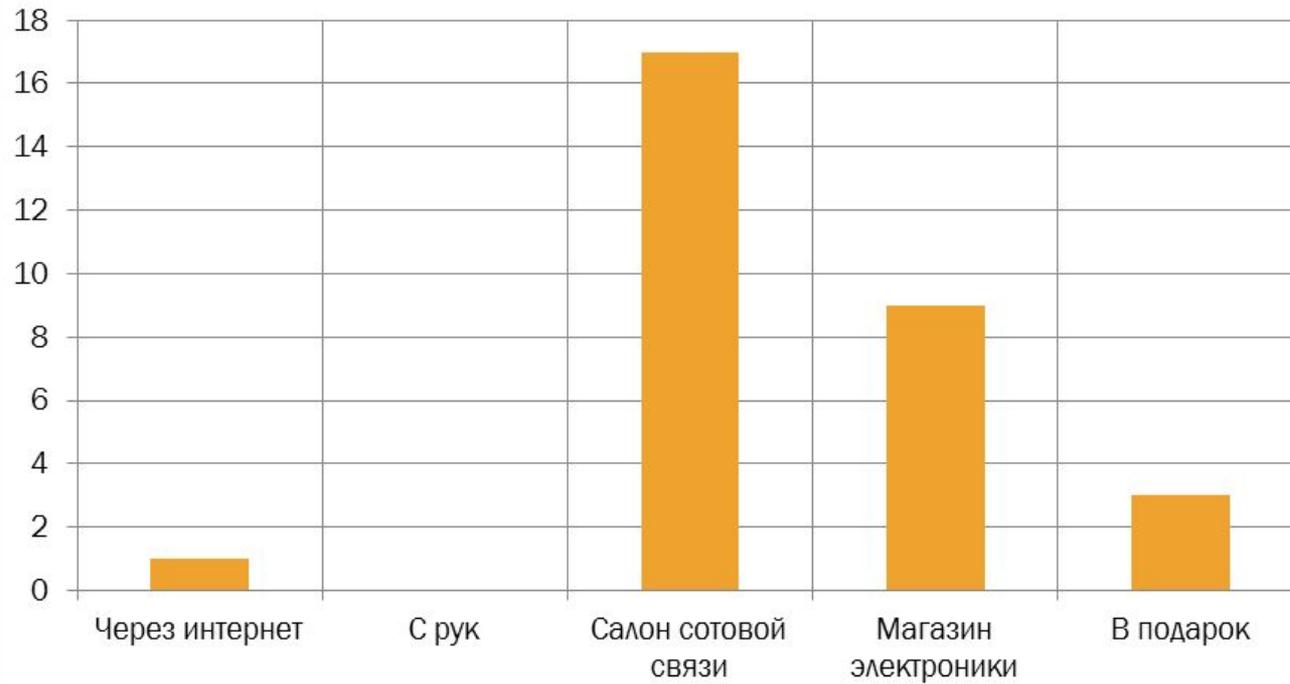
Главный источник информации о СТ



Стоимость покупки СТ



Место покупки СТ



Конкурентная среда

- По подсчетам аналитиков, мировой рынок сотовых телефонов в четвертом квартале 2012 года вырос по сравнению с тем же кварталом 2011 года на 1,9%. В количественном выражении объем поставок составил 482,5 млн. За весь 2012 год было отгружено 1,7 млрд. сотовых телефонов.
- По итогам квартала лидерами рынка телефонов стали компании Samsung (23,0%), Nokia (17,9%), Apple (9,9%), ZTE (3,6%), Huawei (3,3%).
- Рейтинг на рынке сотовых телефонов в целом по итогам 2012 года возглавляет— Samsung (23,7% рынка). На втором месте — Nokia (19,6%), на третьем — Apple (8,0%). Четвертое место досталось ZTE (3,8%), а на пятом неожиданно появляется LG (3,3%).

□

Выводы

- Проведение рекламы в СМИ, таких как Интернет, телевидение и в торговых центрах;
- Увеличение продаж в магазинах электроники и в салонах сотовой связи следующих марок сотовых телефонах, пользующихся особым спросом — Samsung, Nokia, Apple, ZTE, Huawei, LG.