

НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ТБИЛИССКОГО РЫНКА КОМПАКТ-ДИСКОВ

Чиладзе Г.Б.

*Ахалцихский Государственный Университет, г.Ахалцихе
Государственный Университет Ильи, г.Тбилиси*

Создание глобальной информационной сети и внедрение персональных компьютеров способствовало увеличению потребления компакт-дисков (CD) в мировом масштабе.

Сравнительно недавно грузинский потребитель обходился без CD и в основном потреблял гибкие диски. За последние годы ситуация резко изменилась: CD постепенно вытеснили гибкие диски. Низкие цены давали возможность, чтобы CD стали вещью повседневного потребления для большинства лиц, пользующимися персональными компьютерами.

Приблизительно после 2005 года CD-R, CD-RW, DWD-диски в различной упаковке или без него стали появляться буквально во всех канцелярских магазинах Тбилиси.

Как показали исследования, в Грузии в 2008 году потребление CD за последние шесть лет выросло в среднем 3-5 раз. В нашей стране распространились защищенные от копирования DVD-Video диски, которые занимают приблизительно 4-5% Тбилисского рынка.

Следует отметить, что в целом Грузинский рынок CD имеет фрагментальный характер. Местные предприниматели, как правило, не выходят за пределы своего региона. С другой стороны, на сегодняшний день конкуренция на Грузинском рынке CD довольно высокая, что заставляет участников рынка выделять дополнительные средства и обращать внимания к маркетинговой политике.

С целью выявления закономерностей распространения брендов CD нами были проведены исследования. Были опрошены 50 предпринимателей, торгующих CD на Тбилисском рынке. После обработки полученных данных были выявлены следующие закономерности:

1)покупателем основной акцент делается на дизайн CD. Было отмечено, что покупатель обращает внимание не только на CD в своем стандартном, но в другом решении (например, в виде ромба или треугольника);

2)особое значение имеет качество CD. В частности, это касается дисков многократного использования (CD-RW). При рекламировании таких дисков, некоторыми дистрибуторами использовался слоган: «диск, период эксплуатации которого идентичен эксплуатационному периоду вашего компьютера».

По моему мнению, производство и экспорт CD может стать для страны источником значительных денежных доходов. В этом направлении в регионе еще существуют существенные резервы осваиваемых рынков.

На сегодняшний день, на Грузинском рынке особой популярностью пользуются несколько видов CD: CD-R Verbatim-700, HP лазерный диск CD-R, DVD+R 4,7 TDK.

После проведения маркетингового исследования рынка было установлено, что особым спросом пользуется компактный диск CD-R Verbatim, хотя значительная часть завозимой продукции не является оригинальной.

Конкуренция на рынке компакт-дисков – это прежде всего борьба между брэндами. Можно констатировать, что на Тбилисском рынке наблюдается всего три категории CD, завозимые из регионов: 1) Азии; 2) Европы и 3) Америки.

Традиционные марки компакт-дисков из вышеуказанных регионов распространены на всей территории Грузии. В незначительном количестве присутствуют и компакт-диски из других регионов Мира.

Для утверждения Грузинского брэнда на рынке необходимо разработать рыночную концепцию, правильную стратегию и тактику как в масштабах страны, так и на уровне производителя. По моему мнению, Грузинский рынок компакт-дисков пройдет такой же путь эволюции, как рынок компьютерной техники и других продуктов аксессуаров.

На сегодняшний день Грузинский рынок насыщен компактными дисками (около семидесяти наименований), емкость которых колеблется от 210 мегабайта (CD-RW Verbatim Slim Color; CD-R Verbatim) до 4,7 гигабайтов (HP лазерный диск DVD+RW; DVD+R TDK).

С целью определения предполагаемой реакцией на объемы продаж или на изменения цены на компакт-диски нами были использованы следующие уравнения

$$V_2 = V_1 + \frac{2(P_2 - P_1)K_e V_1}{(P_1 + P_2) - K_e(P_2 - P_1)} \quad (1)$$

$$P_2 = P_1 + \frac{2(V_2 - V_1)P_1}{K_e(V_1 + V_2) - (V_2 - V_1)} \quad (2)$$

где,

K_e - коэффициент эластичности спроса компакт дисков по цене;

V_1 - начальный объем продаж компакт-дисков;

V_2 - последующий объем продаж компакт-дисков;

P_1 - начальная цена компакт-дисков;

P_2 - последующая цена компакт-дисков;

Приведем пример. Допустим, что мы имеем продукт CD Verbatim 700, продажу которого надеемся в количестве 500 единиц, по розничной цене 0,9 лари за штуку. Предположим также, что мы не совсем уверены в правильности розничной цены товара и поэтому, в будущем она может варьировать в пределах от 0,8 лари до 1,2 лари. Если мы знаем значения V_1 и возьмем эластичность спроса по цене 0,7 и 1,1 согласно (1) формуле можем определить объем продаж V_2 .

Рассмотрим ситуацию, противоположную вышеуказанной. Допустим, что опять имеем продукт CD Verbatim 700, продажу которого надеемся в количестве 500 единиц, по розничной цене 0,9 лари за штуку. Воспользуемся (2) формулой. Используя те же значения спроса и коэффициента эластичности с тем предположением, что объем продаж компакт-дисков в течении прогнозируемого периода может измениться от 200 до 1000 единиц – сможем определить предполагаемое изменение цены P_2 .

По полученным результатам можно построить графики зависимостей P - V и V - P .

Литература

- 1) Чиладзе Г.Б. Некоторые вопросы бухгалтерского учета, аудита и маркетинговой оценки объектов интеллектуального творчества в Грузии. // Защита прав интеллектуальной собственности. Материалы XIII Международной научно-практической конференции. – Ялта, 2009. – С.64-69.
- 2) Chiladze G.B. Some International Aspects of Regulation of Intellectual Property. // International Journal «Economics». Tbilisi. – 2007. – №. 7-9. – P. 109-115.
- 3) Chiladze G.B. Some Aspects of use Intellectual Property for the Purpose of Business. // International Journal “Economics”. Tbilisi. – 2007. – №. 7-9. – P. 31-37.
- 4) Chiladze G.B. Some Theoretical and Methodological Aspects of Research Compact Disks // Innovation in Business (Problems, prospects, challenges). International Scientific-Practical Conference Dedicated to the 75th Anniversary of Shota Rustaveli State University (Batumi, 2010, April 16-17). – Batumi, 2010. – P.345-349.
- 5) Чиладзе Г.Б. Некоторые аспекты оценки интеллектуальной Собственности // Глобализация и экономико-правовые проблемы в Грузии. Материалы 2-ой международной конференции. (Тбилиси, 25-26 мая, 2010 г.). – Тбилиси, 2010. – С. 114-117