



УДК 339.138

АНАЛІЗ ЗМІНИ ВПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ

Студ. І.К. Гриппа, гр. МГмр 1-15

Наук. керівник доц. А.В.Яренко

Київський національний університет технологій та дизайну

Дослідження поведінки споживачів особливо актуальне для ринку споживчих товарів, зокрема для сегменту комп'ютерної техніки, оскільки на ньому продаються товари з високою еластичністю попиту за доходом. Ринок комп'ютерної техніки є одним з найбільш перспективних сегментів ринку споживчих товарів, а його обсяг у другому кварталі 2015 року склав 8,2 млрд. грн. За підсумками опитування 8,8 тис. домогосподарств України стосовно наявності у них товарів тривалого користування, проведеного у жовтні 2014 року, можна стверджувати, що порівняно з результатами аналогічного опитування, проведеного у жовтні 2012 року, покращилась забезпеченість домогосподарств багатьма видами товарів тривалого користування, а саме персональними комп'ютерами на 1,2%, і, найбільш суттєво, ноутбуками – на 90%. Останнім часом споживачі все більше надають перевагу ноутбукам, а не персональним комп'ютерам. Причинами такої поведінки є мобільність, економічність (як часу, так і місця), престижність, зручність, єдине інформаційне середовище та фірмова збірка ноутбуку. Проте, у використанні ноутбука є і свої недоліки: висока вартість, обмеження щодо модернізації, менша працездатність (у порівнянні з ПК), висока вартість комплектуючих запчастин тощо. Ключовими факторами, що впливають на прийняття рішення щодо купівлі товарів на ринку комп'ютерної техніки є вподобання споживачів а також рівень їх доходів.

Серед опитаних респондентів, лише 30% споживачів мають вдома стаціонарні комп'ютери. Всі ж інші, користуються ноутбуками. Причинами надання переваг ноутбукам є: компактність (ноутбук не займає багато місця за робочим столом); зручність (споживачу не обов'язково сидіти лише за робочим столом, він може обрати будь-яке зручне положення на дивані або у автомобілі); портативність (користувачі можуть легко перевозити ноутбук з собою як на роботу, так і на відпочинок); висока якість дисплея (очі користувачів не втомлюються); автономність (ноутбук може працювати за рахунок акумулятора). Проте, користувачі стаціонарних комп'ютерів наводять не менше переваг своїх пристроїв: великий монітор; зручна клавіатура; більші можливості модернізації (до стаціонарного комп'ютера можна додати більш потужні компоненти); більша продуктивність за ті самі гроші (на сьогоднішній день за вартість ноутбука середньої якості можна придбати більш потужний стаціонарний комп'ютер); надійність.

Проведені результати маркетингового опитування дають можливість зробити наступні висновки:

1. 70% споживачів бажають змінити комп'ютерну техніку, а 30% – не бажають.

2. Основними причинами зміни вподобань споживачів становлять:

- смаки споживачів, які можуть змінюватись під впливом реклами або зміни у моді;
- розвиток науково-технічного прогресу. Новинки у комп'ютерній техніці з'являються майже не щодня. Дуже важко слідкувати та встигати за винаходами ІТ-індустрії;
- зміни у житті користувачів (наприклад, нова робота, підвищення з/п тощо);
- несправність старої техніки, «старіння» пристроїв. Наприклад, у користувача вже є комп'ютер однієї марки, а на ринку з'являється нова модель іншої марки. Звичайно, користувач, несвідомо порівнює нову модель зі старою і шукає переваги та недоліки своєї техніки. Як результат, у користувача виникає бажання змінити свою техніку, хоча й не маючи такої можливості.

3. Головним важелем для покупців комп'ютерної техніки під час прийняття рішення про купівлю того чи іншого пристрою є зручність, портативність та потужність комп'ютерної техніки. Ціновий фактор до уваги не береться.