

## 7. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

### 7.1. АНАЛИЗ РЫНКА СОТОВОГО РИТЕЙЛА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Емельянова Е.В., к.э.н., доцент, кафедра экономики и менеджмента;  
Лесина Т.В., к.э.н., доцент, кафедра финансового менеджмента

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Калужский филиал, г. Калуга*

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена тем, что рынок сотового ритейла растет и динамично развивается, наличие большого количества салонов сотовой связи заставляет организации искать все новые способы выживания в конкурентной борьбе. Цель статьи заключается в анализе рынка сотовых ритейлеров в Калуге. Ведущим методом исследования данной проблемы является проведение маркетингового исследования в форме опроса потенциальных покупателей. В статье представлены результаты анализа предпочтений потребителей на рынке, посчитан индекс лояльности, проведен анализ проблем и перспектив развития рынка. Материалы статьи могут быть полезными при анализе работы салонов сотовой связи, для разработки стратегии развития сотовых ритейлеров.

#### Литература

1. Анохина Л.В. Роль цифровизации экономики в модернизации промышленных предприятий [Текст] / Л.В. Анохина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №11-1. – С. 9-11.
2. Астахова Е.В. Изучение опыта функционирования сети гипермаркетов [Текст] / Е.В. Астахова, Е.Н. Герасикова // Вестн. Калужского филиала РАНХиГС. – 2015. – С. 13-16.
3. Голикова Ю.Б. Маркетинговые исследования. методы маркетинговых исследований [Текст] / Ю.Б. Голикова // Теоретические и практические проблемы развития современной науки : сб. мат-лов 6-й междунар. науч.-практ. конф. – 2014. – С. 84-85.
4. Ким А.Г. Аналитический обзор публикаций по маркетинговым исследованиям в Приморском крае [Текст] / А.Г. Ким, Е.Ю. Бацкалева // Фундаментальные исследования. – 2013. – №8-2. – С. 417-423.
5. Львова И.А. Инновации в торговом процессе ритейла [Текст] / И.А. Львова, И.А. Семенова // Вестн. Удмуртского ун-та ; Сер. : Экономика и право. – 2015. – №6. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-torgovom-protse-riteyla>.
6. Сидельников И.Д. Разработка концепта нового продукта для выхода компании tele2 на московский рынок услуг сотовой связи [Текст] / И.Д. Сидельников // Молодежный науч.-техн. вестн. – 2014. – №10. – С. 69.
7. Чкалова О.В. Анализ развития лидеров российского продовольственного ритейла [Электронный ресурс] / О.В. Чкалова // Дайджест-финансы. – 2013. – №8. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-liderov-rossiyskogo-prodovolstvennogo-riteyla>
8. Шнорр Ж.П. Современные тенденции и особенности развития отечественного сетевого ритейла [Текст] / Ж.П. Шнорр // Вестник АГТУ ; Сер. : Экономика. – 2013. – №2. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-i-osobennosti-razvitiya-otechestvennogo-setevogo-riteyla>.
9. Burns A. et al. Marketing research. The fundamentals [Text] / A. Burns, A. Veek, F. Bush. – Pearson, 2016. – 489 p.
10. Denault J.-F. The handbook of market research for life science companies: finding the answers you need to understand your market [Text] / J.-F. Denault. – CRC Press, 2017. – 227 p.
11. Lesina T.V. Efficiency of reengineering. assessment tools [Text] / T.V. Lesina, E.V. Emelyanova // Modern European researches. – 2017. – No. 2. – Pp. 78-87.
12. Lesina T.V. Tax planning. options of management [Text] / T.V. Lesina, E.V. Emelyanova // Modern European researches. – 2016. – No. 1. – Pp. 35-39.

#### Ключевые слова

Рынок сотовой связи; лояльность потребителей; индекс лояльности; доля рынка; конкурентное преимущество; off-line покупатели; on-line покупатели; удовлетворенность клиентов; клиентская база.

*Емельянова Евгения Валерьевна*

*Лесина Татьяна Викторовна*

#### РЕЦЕНЗИЯ

Значимость проведенного исследования в российской практике следует отметить как довольно высокую. Наличие отдельных работ, посвященных исследованию особенностей рынка сотового ритейла, а также критериев и методов оценки эффективности работы предприятий этой сферы не дает возможности охарактеризовать теоретическую базу как достаточную, так как наблюдается отсутствие системного подхода к решению теоретических практических вопросов сегмента сотового ритейла. К тому же большинство ученых недостаточно глубоко освещают данный вопрос, не уделяя пристального внимания специфическим проблемам сотового ритейла. Оценке эффективности деятельности компаний в этом сегменте бизнеса также уделяется гораздо меньшее внимание, чем хотелось бы.

В данной статье рассматривается понятие сотового ритейла, авторами представлены методы оценки эффективности работы компаний. Основным достоинством исследования является его всесторонняя оценка по множественным параметрам. В практической части статьи проведено исследование среди посетителей салонов сотовой связи «МегаФон», «МТС», «Билайн», «Теле-2», «Евросеть», «Связной». Особое внимание уделяется компании «МегаФон Ритейл».

Актуальность изучаемой проблемы заключается в том, что рынок сотового ритейла растет и динамично развивается, формирование исследуемого сегмента заставляет организации искать все новые способы повышения конкурентоспособности. Ведущим методом изучения данной проблемы является проведение маркетингового исследования в форме опроса целевой аудитории.

Авторы поднимают в статье достаточно актуальные на сегодняшний день вопросы, в числе которых исследование предпочтений потребителей на рынке, определение и расчет индекса лояльности и анализ проблем и перспектив развития рынка.

Проведенное исследование показало ключевые тенденции развития сотового сегмента бизнеса. Россияне стали реже менять мобильный телефон на новый. Объем реализации устройств заметно сокращается (особенно если считать не только смартфоны, а вообще все аппараты). Потребитель чаще обращается за новым аппаратом к операторам и реже – в специализированную розницу и т.п. Существенно больше аппаратов приобретается в гипермаркетах бытовой электроники. Наблюдается постепенное перемещение потока потребителей из специализированной мобильной розницы в собственные точки обслуживания операторов.

Авторы выделяют проблемы, которые могут быть полезны практикам и исследователям не только в Калужской области, но и в других регионах: узкий выбор вознаграждения в бонусных программах «МегаФон», невыгодная для покупателя система скидок, отсутствие возможности выигрыша в подарочных программах, непонятность для покупателя и закрытость клубных программ, изменение предпочтений покупателей салонов сотовой связи в целом.

В статье с целью минимизации рисков предлагается активно использовать конкурентные преимущества: увеличить инвестиции в новейшие технологии, постоянно расширять спектр дополнительных услуг, внедрять новые клиентоориентированные программы и проводить гибкую ценовую политику. С целью минимизации риска ликвидности предлагается больше внимания уделять сбалансированной структуре будущих расходов и ожидаемых доходов, составлению прогноза известных будущих платежей, анализу и выявлению тенденций снижения финансовой устойчивости.

Авторы отмечают, что перспективным сегментом для увеличения клиентской базы «МегаФон Ритейл» в секторе B2B является средний и малый бизнес, имеющий наибольший потенциал развития.

Результаты исследования будут интересны сотрудникам салонов сотовой связи, студентам, научным работникам, а также людям, интересующимся развитием рынка сотового ритейла. Материалы статьи могут быть полезными при анализе работы салонов сотовой связи, для разработки стратегии развития сотовых ритейлеров.

Заслуживает внимания научно обоснованная постановка вопроса, осведомленность авторов в исследуемых областях, о перспективах исследования рынка ритейла, применяемых методиках оценки. Перспективным представляется исследование в статье вопросов оценки сотовых ритейлеров на примере г. Калуга. Данный опыт оценки может быть перенесен и на другие регионы.

Среди замечаний по данному материалу можно отметить следующее: авторами не в достаточной мере исследованы все вопросы маркетинга ритейла, а проблематику его оценки можно рассматривать лишь как начало исследования.

Но, несмотря на замечания, статья Е.В. Емельяновой и Т.В. Лесиной «Анализ рынка сотового ритейла: проблемы и перспективы» обладает элементами научной новизны и позволяет рекомендовать ее к публикации в открытой печати.

*Крутиков В.К., д.э.н., профессор, проректор по научно-методической работе ЧОУ ВО «Институт управления, бизнеса и технологий», г. Калуга.*

**DOI 10.38097/AFA.2020.94.71.021**