

вы развития и совершенствования. - 2018. - № 8 (34). - С. 117-122. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-strahovaniya-zhilya-ot-chrezvychaynyh-situatsiy-v-rossii-i-perspektivy-ego-razvitiya> (дата обращения: 13.01.2020).

⁷ Закон о страховании жилья от ЧС в России вступил в силу. - Текст : электронный // Газета.ру : [сайт]. - 2019. - 4 авг. - URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/07/31/12544795.shtml> (дата обращения: 11.01.2020).

⁸ Гришина, Т. Страхование жилья от ЧС выросло в цене / Т. Гришина. - Текст : электронный // Газета Коммерсантъ : [сайт]. - 2019. - 17 дек. - URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4197569> (дата обращения: 16.01.2020).

EMERGENCY HOUSING INSURANCE IN RUSSIA: RELEVANCE AND EVALUATION OF PROSPECTS

© 2020 Zhukova Daria Vladimirovna
Student

© 2020 Tarkina Nadezhda Alexandrovna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: dar.hol.fan@gmail.com, n.tarkina@mail.ru

Keywords: insurance, housing, risks, emergency, damage, insurance recoveries, insurance premium.

The article assesses the relevance and considers the legal framework for the regulation of housing insurance against emergencies in Russia. Identified problems associated with amendments to the Law of the Russian Federation "On the organization of insurance business in the Russian Federation" in relation to home insurance, and also proposed measures to address them.

УДК 338.467

Код РИНЦ 06.00.00

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОГО СЕГМЕНТА ЖИТЕЛЕЙ САМАРЫ

© 2020 Зайчикова Надежда Анатольевна
кандидат физико-математических наук, доцент

© 2020 Корягина Полина Игоревна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: zajna@yandex.ru, polinak10@mail.ru

Ключевые слова: рынок мобильных устройств, предпочтения потребителей, анкетный опрос, обработка статистических данных.

В статье рассмотрена задача сбора, анализа и оценки анкетных данных о потребительском предпочтении на рынке мобильных телефонов среди молодых жителей Самары. Исследуются

различия потребительской привлекательности торговых марок телефонов в зависимости от пола, возраста и от времени: 2009 и 2019 г. В статье использовались методы анкетного опроса и математической статистики и средства MS Excel для обработки данных -

Создание мобильных телефонов без преувеличения является одним из наиболее важных открытий XX века, а их массовые продажи и усовершенствование в XXI веке сделали большие объемы информации и новые технологии более доступными.

В настоящее время существуют компании-гиганты по созданию телефонов. Ведущими являются Samsung, Apple, Xiaomi, Huawei, Lenovo, LG и другие. Каждая фирма по-своему уникальна, что вызывает интерес у покупателей. Люди, анализируя продукт производства, склоняются к выбору определенной модели, тем самым создавая спрос и определяя потребительские предпочтения. Жизнь без телефона в наше время кажется невозможной. Люди разных возрастов, начиная школьным и заканчивая преклонным возрастом, пользуются мобильными телефонами, несмотря на различия интересов.

Целью работы является: выявление особенностей предпочтений в выборе мобильных телефонов у молодежного сегмента потребителей города Самары; исследование различия предпочтений у людей разного возраста и пола из указанного возрастного сегмента; анализ изменения предпочтений за прошедшие 10 лет.

Задачами работы являются: анкетирование и сбор данных, их статистический анализ и сравнение; выводы по потребительским предпочтениям в указанной возрастной группе и формулировка гипотез об изменении потребительских предпочтений.

В статье использовались методы анкетного опроса и математической статистики¹. Для полученных статистических распределений были рассчитаны основные выборочные характеристики и проведен корреляционно-регрессионный анализ с помощью пакета MS Excel.

Для реализации целей исследования проведено анкетированное обследование молодых жителей города Самары в ноябре 2019 года, объем выборки $n=50$. В рамках российского законодательства молодежью считаются лица от 14 до 30 лет, в отдельных случаях до 35 или 40 лет², по классификации принятой ВОЗ - от 18 до 44 лет (2018 г.). В целях рассмотрения наиболее полного возрастного интервала в данной работе исследовалась возрастная категория от 14 до 44 лет (рис. 1).

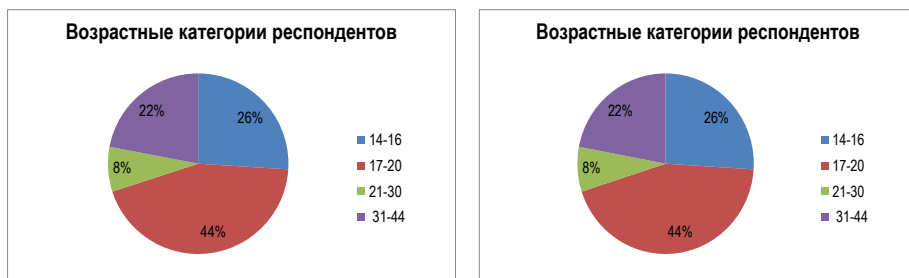


Рис. 1. Распределение респондентов по возрастным и гендерным категориям

Источник: Аналитика и построение авторов.

Анализ полученных данных проводился методом сравнения потребительских предпочтений 2009 и 2019 годов. Для решения поставленных задач задавались вопросы:
- Какой мобильный телефон вы бы выбрали в 2009 году?

- Какой мобильный телефон предпочли бы в 2019 году?

Как показал опрос, за эти годы изменилось многое. Некоторые компании-гиганты, которые имели большие перспективы, отошли на второй план. По словам респондентов, это связано с тем, что погоня за хорошим имиджем не давала производителям работать над качеством и совершенствованием своей продукции. Выпускались однотипные модели, а нововведения были незначительны. К таким компаниям относят: Nokia, Motorola, Panasonic, Ericsson, Alkatel, Philips. Процесс развития Nokia от славы к упадку проанализирован в работе Махлуфа Суккара³.

Также, многие компании стали менее активными. Здесь можно выделить такие фирмы как LG, Asus, HTC. По данным компании МТС в 2012 году на российском рынке производителей телефонов тройку лидеров составляли Samsung, Nokia, Sony⁴, но уже через 3 года ситуация сильно изменилась⁵.

Единственной компанией, которая стойко выдержала технологические изменения, стала компания Samsung. Потребители, пользовавшиеся ее устройствами, чаще всего оставались довольными работой телефонов и придерживались своего выбора и в последующие годы. А те, кто пользовался "мобильниками-одногодками", стали понимать, что лучше приобретать продукцию более известной фирмы-производителя, чтобы быть довольными сроком службы и качеством работы устройств.

Можно видеть, что компания Samsung по-прежнему востребована и находится в тройке лидеров по продаже продукции. Люди приобретают телефоны Samsung все чаще, а компания, в свою очередь, пытается внести вклад в развитие товара все больше.

В одном ряду с компанией Samsung стоит производство телефонов Apple. Этот производитель начал завоевывать успешные позиции на рынке телефонов в 2010 году, а уже сегодня он является одним из наиболее популярных. Оригинальный дизайн, нестандартное оформление, расширенные возможности и усовершенствованные программы все больше привлекают покупателей. Несмотря на довольно высокую стоимость, потребители, тем не менее, приобретают данный товар, укрепляя тем самым имидж компании.

Недавно пришли на рынок мобильной техники компании Huawei и Xiaomi. Эти производители за короткий срок успели добиться больших высот и утвердиться на рынке. Все чаще их продукцию можно заметить как у молодежи, так и людей старшего возраста. Устаревшие модели меняют на более модернизированные, выбирая эти же торговые марки. Эти компании предлагают большое разнообразие цен, начиная с низких и заканчивая весьма высокими. Потребители выбирают их из-за наличия программного обеспечения схожих с фирмами-гигантами, но по более разумной цене. Эти компании ничуть не уступают популярным производителям и продолжают разрабатывать новые функции и модели.

Проведя анализ результатов опроса, мы выявили, что средняя сумма, за которую потребитель был готов приобрести товар в 2009 году, составила 6513,04 руб. Наиболее часто встречаемая стоимость мобильного телефона была представлена в размере 4700 руб. Минимальная цена телефонов среди опрошенных - 1200 руб., максимальная - 15990 руб. Размах варьирования цены составил 14790 руб. Так мы можем увидеть, что уже 10 лет назад у покупателей был выбор: приобрести дешевую продукцию или продукцию средней цены либо купить наиболее дорогую, отличающуюся качеством и функциями.

Опрос по 2019 году показал, что средняя стоимость продукции, которую предпочитают покупатели, составила 22424,58 руб. Чаще всего встречается цена товара в размере 14990 руб. Минимальная стоимость - 7800 руб., максимальная - 77990 руб. Размах варьирования цены составил 70190 руб.

В итоге, за 10 лет минимальная стоимость возросла почти в 7 раз, максимальная увеличилась в 4,8 раза, а средняя стоимость возросла в 3,4 раза. Разница в размахе цены составила 55400 руб. На рынке предпочтений остались и относительно дешевые модели, и дорогие. Очевидно, что рост курса доллара в России отражается на рынке мобильных телефонов, вызывая существенный рост розничных цен⁶. Однако, размах между максимальной и минимальной ценой весьма значителен, то есть разница в цене увеличилась.

Таким образом, легко видеть, что потребители изменили предпочтения в пользу несколько более дорогих моделей несмотря на то, что и сейчас модели из низшей ценовой категории доступны для приобретения. Но так как в настоящее время потребитель чаще всего внимательно смотрит на качество моделей и разнообразие возможностей, то находит для себя варианты предложений в широком диапазоне цен.

Принято считать, что люди более старшего возраста предпочитают более простые модели мобильных телефонов. По составленной выборке корреляции между возрастом и ценой предпочитаемого мобильного телефона не выявлено ни по 2009, ни по 2019 году в рассматриваемом возрастном сегменте потребителей.

В 2009 году потребители чаще всего выбирали фирму Samsung. Ее процентное соотношение составило 30% от общего числа опрошенных респондентов. На втором месте оказалась компания Nokia - 20%. Реже пользовались фирмой LG (6%) и Sony (6%). Остальных производителей продукции предпочитали меньше, в среднем от 4% и ниже (рис. 2).

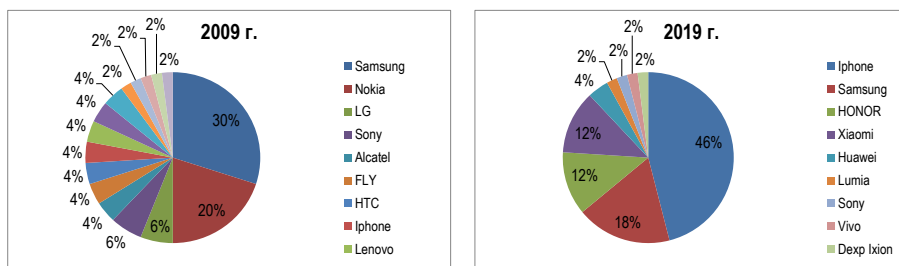


Рис. 2. Сравнение потребительских предпочтений по торговым маркам телефонов в 2009 и 2019 гг.

Источник: Аналитика и построение авторов.

Итоги 2019 года показывают, что наиболее популярной фирмой является Apple. Процент предпочтения телефонов iPhone составил 46%. Следом за ним идет лидер 2009 года - компания Samsung. Сегодня ей пользуются примерно 18% респондентов. Нопог и Xiaomi - 12% опрошенных. Недавно появившуюся на рынке фирму Huawei предпочитает 4% респондентов. Эти лидеры на сегодняшний день, прочно держат свои позиции на рынке предложения. Старые компании, такие как Nokia, Alcatel, LG, HTC, ушли на задний план. В целом итоги 2019 года идентичны представленным в других маркетинговых исследованиях⁷.

Анализ корреляционно-регрессионной зависимости стоимости предпочитаемого телефона от пола респондента подтвердил практическое отсутствие статистически заметной взаимосвязи. Но сравнивая гендерные предпочтения, можно сделать следующие выводы. Мужчины (вне зависимости от года исследования) предпочитают: Samsung - 19%, iPhone - 15%, Nokia - 15% и Honor - 8%. Женщины (вне зависимости от года) выби-

рают: iPhone - 28%, Samsung - 26% , Nokia - 8 % , Honor - 7%, Xiaomi - 7%, Sony - 5%. Остальные модели занимают от 4% и ниже потребительского выбора (рис. 3).

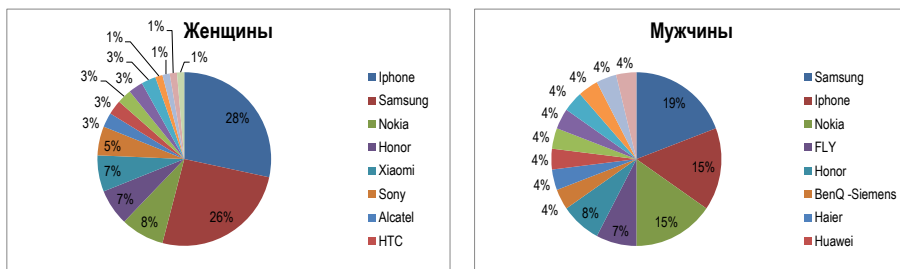


Рис. 3. Сравнение потребительских предпочтений мужчин и женщин по торговым маркам телефонов вне зависимости от года

Источник: Аналитика и построение авторов.

И мужчины, и женщины в 2019 году в основном предпочитают фирму Apple (рис. 4). При опросе выяснилось, что женщины выбирают Iphone из-за престижа продукции. Мужчины - из-за хорошо развитого функционала. На втором месте находится компания Samsung, которая постоянно развивается и пытается быть наравне с лидером.

Рассмотрим распределение популярных фирм-производителей по возрастным категориям (вне зависимости от года исследования). Тогда: в категории 14 - 16 лет выбирают Apple - 34%, Samsung - 34%; в категории 17 - 20 лет выбирают Apple - 30%, Samsung - 20% , Nokia - в категории 11%; в категории 21 - 30 лет выбирают Samsung - 25%, Nokia - 13%, Apple -12%; в категории 31 - 44 года выбирают Nokia - 18%, Samsung - 18%, Apple - 9%.

По данным выборки можно сделать вывод, что в возрастной категории от 14 до 20 лет Apple занимает первое место. Возможно, это связано с тем, что в этой возрастной группе респонденты рассчитывают на материальную поддержку родителей. В следующих возрастных группах, уже более самостоятельной молодежи, на первые места выходят более бюджетные модели телефонов, оптимальные по соотношению цена-качество. Молодые люди в возрасте от 21 до 30 лет в качестве компании-лидера выбирают Samsung, занимающий устойчивое второе место в других возрастных категориях. В возрастной категории от 31 года до 44 лет Nokia и Samsung делят первое место.

Таким образом, можно заключить, что развитие технологий не стоит на месте и с каждым днем появляется все больше идей и новых функций по все возрастающей цене. В свою очередь, потребители отходят от старых предпочтений, меняют взгляды на продукцию, выбирая более современные, функциональные модели, соответствующие их интересам из доступной ценовой категории.

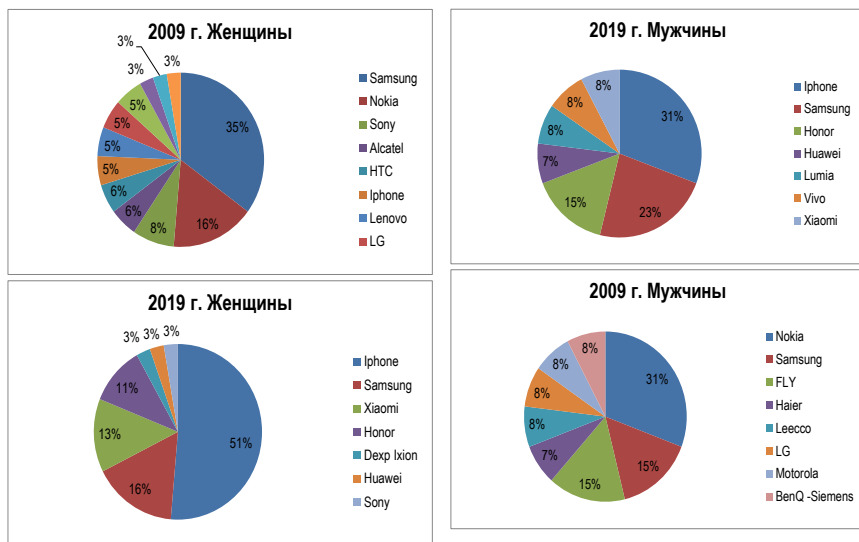


Рис. 4. Сравнение потребительских предпочтений мужчин и женщин по торговым маркам телефонов в 2009 и 2019 гг.

Источник: Аналитика и построение авторов.

С помощью опроса мы убедились в том, что за 10 лет кардинально изменилась и цена на товар, и предпочитаемые компании (Apple, Samsung, Honor, Xiaomi), а часть известных компаний снизили свои позиции (Nokia, Motorola, Panasonic, Ericsson, Alcatel, Philips).

Влияния статистически значимого гендерного и возрастного признаков на потребительские предпочтения на рынке мобильных телефонов не обнаружено. Однако, выявлены предпочтения по торговой марке телефона при разделении на мелкие возрастные группы.

¹ Теория вероятностей и математическая статистика: учебно-методическое пособие / сост. Н.А. Зайчикова. Самара: Самарский институт (филиал) РГТЭУ, 2011. 111 с.

² Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 N 2403-р "Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года

³ Махлуф Суккар. Анализ упадка Nokia с точки зрения маркетинговой стратегии // Вестник РМАТ. 2019. №2 (19) с. 52-57.

⁴ Кашин Н.О., Мурыгин Д.А. Маркетинговое исследование рынка мобильных телефонов // Контентус. 2013. [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovoe-issledovanie-gupka-mobilnyh-telefonov/viewer> (дата обращения 20.02.2020).

⁵ Прогнозный отчет рынка мобильных телефонов, смартфонов и планшетов в России за первое полугодие 2015 года [Электронный ресурс] http://euroset.ru/corp/pr_informacion/press_release/8295532/ (дата обращения 20.02.2020).

⁶ Мартышенко Н.С. Исследование предпочтений молодежного сегмента Приморского края на рынке мобильных телефонов // Фундаментальные исследования. - 2015. - № 11-3. - С. 584-589; [Электронный ресурс] <http://fundamentalresearch.ru/ru/article/view?id=39465> (дата обращения: 20.02.2020).

⁷ Новикова А.Е., Середина А.В. Маркетинговые исследования регионального рынка мобильных телефонов // Современные научные исследования и инновации. 2019. № 5 [Электронный ресурс]. <http://web.snauka.ru/issues/2019/05/89490> (дата обращения: 20.02.2020).

RESEARCH OF CONSUMER ATTRACTIVENESS OF THE MOBILE PHONES MARKET FOR YOUTH SEGMENT OF SAMARA RESIDENTS

© 2020 Zaychikova Nadezhda Anatolyevna
Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor
© 2020 Koryagina Polina Igorevna
Student
Samara State University of Economics
E-mail: zajna@yandex.ru, polinak10@mail.ru

Keywords: mobile device market, consumer preferences, questionnaire survey, processing of statistical data.

The article considers the task of collecting, analyzing and evaluating personal data on consumer preferences in the mobile phone market among young residents of Samara. We study the differences in consumer attractiveness of phone brands depending on gender, age and time: 2009 and 2019. The article used questionnaire survey methods and mathematical statistics and MS Excel tools for process the data.

УДК 330
Код РИНЦ 06.00.00

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН В ЭКОНОМИКЕ

© 2020 Зак Анатолий Юрьевич*
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: zak.tolya@mail.ru

Ключевые слова: цифровая экономика, технология блокчейн, применение системы блокчейн.

На сегодняшний день система блокчейн внедряется во все структуры и сферы жизни человечества. Ее применение становится все более актуальным благодаря инновационным механизмам, способным выдвинуть человечество на новый уровень информационной и экономической безопасности.

Блокчейн (Blockchain) - цепочка блоков, выстроенная в определенном порядке и взаимодействующая между собой по специальным правилам. Данная технология была со-

* Научный руководитель - **Трубецкая Ольга Вениаминовна**, кандидат экономических наук, доцент.