

А.Я.Конончук, канд. эконом. наук,
Л.Д.Рудаковская, ассистент,
Л.Н.Глушко, мл. науч. сотр. (БГИНХ)

ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЭЛЕКТРОННЫХ ЧАСОВ НА ЕМКОСТЬ РЫНКА

По данным проведенного кафедрой товароведения промышленных товаров БГИНХ им. В.В.Куйбышева опроса, в БССР 88% покупателей, желающих приобрести часы, покупают их на замену. В современных условиях к приобретаемым часам предъявляется целый комплекс повышенных эстетических, эргономических и экономических требований. В связи со все более полным удовлетворением потребностей в часах требования к их показателям качества постоянно возрастают.

Решающим фактором замены наручных часов является их моральное старение, критерием которого для многих людей служит их внешнее оформление, соответствие требованиям моды. Однако требования к часам у разных возрастных групп населения неодинаковы. Мужчины предпочитают часы с последними техническими достижениями – электронные, с автоподзаводом, с двойным календарем и др. Женщин больше интересует внешнее оформление часов, т. е. фактор моды.

Большинство потребителей при выборе часов прежде всего интересуются формой и циферблатом часов, т. е. на первый план при выборе покупки выдвигаются эстетические показатели качества часов. С точки зрения потребителей они определяются формой, цветом, высотой и массивностью корпуса, видом и рисунком цифр циферблата, четкостью и быстротой считывания времени, а также способом ношения часов.

Часы бывают удобными и неудобными в пользовании, хотя потребители часто не могут объяснить, что именно им не нравится и вызывает неудовлетворение при пользовании часами. Прежде всего это касается способов информации о времени.

В часах со стрелочной индикацией была воплощена древнейшая идея циклического времени как равномерного чередования фаз суток, месячного и годового круговращения светил. Отсчитываемое стрелочными часами время каждый раз повторяется заново в пределах одного и того же зримого круга и воспринимается людьми по общему положению стрелок, углу их раствора, разделяющему стрелки расстоянию, т. е. пространственно.

В часах с цифровой индикацией воплощен принцип линейно одностороннего времени. При пользовании ими возникает дополнительный психологический момент, связанный с произвольным проецированием времени на воображаемый круговой циферблат.

Вероятно, поэтому в 1976 г. 30,7% кварцевых наручных часов (КНЧ) в мире выпускалось со стрелочной индикацией, а в 1985 г. их доля составит более 55%.

В ряде случаев внешнее оформление, надежность, срок службы и экономичность механических часов превосходят аналогичные показатели электронных. Такой важный показатель, как точность хода механических часов, часто незначительно уступает точности хода электронных, а средние цены последних даже с учетом их последнего снижения в 1981 г. все еще выше цен механических часов.

Отечественные электронные часы в значительной мере утратили накладные декоративные элементы, и поэтому они играют заметно меньшую роль в качестве ювелирного украшения. Их модели и цветовое решение корпусов и браслетов не отличаются многообразием (зачастую же люди хотят приобретать часы, которые бы гармонизировали с цветом их костюма или волос).

По мере увеличения выпуска электронных часов и насыщения ими рынка снижается их престижность. Следовательно, возникает необходимость совершенствования в первую очередь эстетических свойств электронных часов, так как их сбыт в стране вызывает некоторую тревогу. В связи с осязательным однообразием оформления электронных часов и отсутствием хорошо налаженного обслуживания населения по ремонту часов на межреспубликанской ярмарке в 1979 г. не продано около 118 тыс. штук этих часов.

Наблюдаемая тенденция характерна также и для рынка электронных часов в республике. Это подтверждается ростом в 1980 г. товарных запасов, величина которых, по данным "Белювелирторга", только за 9 месяцев увеличилась в 1,3 раза по сравнению с предыдущим годом.

Поскольку объем и структура ассортимента реализуемых часов всех видов и наручных электронных в том числе зависят от изменения спроса, важнейшее практическое значение имеет выявление факторов, влияющих на величину спроса. Зная тенденции изменения спроса, можно привести в соответствие с ними развитие товарного предложения и на этой основе совершенствовать объем и структуру розничного товарооборота электронных часов.

Для более полного удовлетворения спроса и поддержания престижности потребления электронных часов необходимо значитель-

ное расширение моделей электронных часов и более высокие темпы их обновления.

Японская фирма "Seiko" выпускает 350 моделей часов, 50% из которых КНЧ, а каждый месяц производится до 39 новых моделей и в течение 2,5 лет ассортимент полностью обновляется. Основными элементами обновления моделей являются изменения формы, размеров и отделки корпусов и браслетов. Количество же моделей выпускаемых в нашей стране электронных часов невелико.

Не следует думать, что всякая новая модель будет пользоваться более высоким спросом, чем производимая ранее. Так, в IV квартале 1980 г. на рынок республики поступила новая модель Б6-206 серии 80, однако популярности у потребителей она не получила.

Вместе с тем любые часы должны всегда точно и безошибочно ответить на поставленный потребителем вопрос: который час? Если с помощью часов не удастся получить ответ на поставленный вопрос, то они бесполезны.

Для потребителя в конечном итоге важна безотказная работа часов. Если часы вышли из строя, то возврат их в магазины происходит в период гарантийного срока и только в тех случаях, когда мастерские гарантийного ремонта не смогли устранить образовавшийся дефект. Обмен же их происходит в местах покупки после представления покупателем справки из гарантийной мастерской. Эта процедура требует от покупателя непроизводительных затрат его свободного времени и оказывает на него неблагоприятное психологическое воздействие, снижая или сводя на нет то удовлетворение, которое он испытывает при пользовании новыми часами.

В результате примерно 60-70% покупателей, вернувших электронные часы в магазин, отказываются от приобретения аналогичных и только 30-40% обменивают дефектные электронные часы на новые.

Кроме того, люди, которые отказались от повторного приобретения электронных часов, отрицательно характеризуют процесс приобретения таких часов своими друзьями и знакомыми, что негативно сказывается на последующей торговле.

Между тем технические характеристики электронных часов предусматривают, что за 2000 тыс. ч, или 8,3 месяца их работы 6-8% часов может выйти из строя.

Необходимо учитывать, что устранение любой неисправности в часах в условиях завода или гарантийной мастерской всегда требует больших затрат труда, чем доброкачественное исполнение

операции на заводском конвейере во время производства. Это связано с тем, что для устранения дефекта необходимо сначала разобрать часы, определить дефектный блок, поставить на его место доброкачественный и снова собрать их.

С увеличением объема выпуска часов растут затраты, вызванные необходимостью устранения дефектов как в новых часах, еще не реализованных магазином, так и в часах, которые вышли из строя в период гарантийного срока.

Хотя удельный вес часов, возвращенных торговлей, несколько снизился, однако их количество возросло, так как увеличились объемы выпуска, следовательно, выросли и затраты по устранению дефектов. Увеличилось также количество людей, которые обратились в гарантийные мастерские для устранения дефектов, возникших во время носки часов. Следует отметить, что расходы по гарантийному ремонту включаются в себестоимость продукции, следовательно, и в цену часов, а поэтому эти расходы для товаропроизводителей оказываются практически оплаченными, потребители же еще несут значительные дополнительные расходы, связанные с ремонтом часов и заменой батареек.

Необходимо учитывать, что на мировом рынке наручных часов конкурентная борьба перешла из сферы производства в сферу обращения. Особенно заметно это проявляется при организации сбыта, рекламы и обслуживания наручных часов. При этом обслуживание покупателей часов является такой же важной задачей часовой промышленности, как и их изготовление.

Немаловажным показателем качества электронных часов является срок службы элемента питания. У отечественных батареек средний срок службы 1 год. Исходя из среднего срока службы электронных часов (10 лет) и стоимости замены источника питания в мастерских гарантийного обслуживания (4 руб.), стоимость пользования часами до их полного износа составит 40 руб., что равно средней цене хороших механических часов.

Это значит, что если потребитель будет пользоваться механическими часами, то, откладывая ежегодно по 4 руб., он сможет к концу их физического износа купить новые, в то время как при пользовании электронными эта сумма будет истрачена на поддержание часов в работоспособном состоянии только из-за необходимости замены батареек. Кроме того, замена батареек на определенное время оставляет потребителя вообще без часов и требует от него дополнительных затрат своего свободного времени на замену батареек. Если в городе, в котором живет потребитель, имеется гарантийная мастерская, то требуется только

дополнительное время, а если такой мастерской нет, то и дополнительных денежных затрат, связанных с пересылкой часов.

Следовательно, экономичность потребления электронных часов, даже если считать затраты, связанные с их ремонтом, равными затратам по ремонту механических часов, все еще уступают последним. Безусловно, что с течением времени этот фактор будет оказывать влияние на емкость рынка электронных часов. Произойдет это потому, что все большее количество потребителей на практике будет убеждаться в необходимости нести реальные расходы при пользовании электронными часами.

Для уменьшения влияния этого фактора на емкость рынка необходимо решить следующие задачи:

а) увеличить срок службы элементов питания (лучшие зарубежные батарейки служат 7 лет);

б) снизить стоимость замены батареек в мастерских гарантийного ремонта, так как себестоимость выпускаемых батареек составляет 1 руб.;

в) предусмотреть возможность подзарядки батареек в ночное время;

г) сконструировать часы таким образом, чтобы потребитель мог сам заменять батарейки.

Главной задачей повышения конкурентоспособности и завоевания рынка электронными часами является создание для потребителя реальных преимуществ при пользовании ими в сравнении с механическими часами.

Л и т е р а т у р а

1. Переверзев Л., Фаберман А. Как мы видим наше время? – Декоративное искусство СССР, 1980, № 5, с. 20.