

συσσκευές & τα είδη κινητής τηλεφωνίας

Οι Έλληνες καταναλωτές δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στα κινητά τηλέφωνα προηγμένης τεχνολογίας

και η σημαντική διαφορά που παρατηρείται στην ποσοστιαία μεταβολή μεταξύ των τεμαχίων και της αξίας των προϊόντων που πουλήθηκαν κατά το πρώτο τρίμηνο του 2008 σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό διάστημα (6,7% και 3,4% αντίστοιχα). Η μικρή αύξηση της αξίας των προϊόντων που πουλήθηκαν αντικατοπτρίζει τον "πόλεμο" τιμών στη συγκεκριμένη αγορά αλλά και τη στροφή των καταναλωτών σε πιο φθηνά προϊόντα.

Έντονο επίσης παραμένει το ενδιαφέρον των Ελλήνων καταναλωτών για τα σύγχρονης τεχνολογίας κινητά τηλέφωνα παρόλο που στο πρώτο τετράμηνο του 2008 παρατηρείται πτώση κατά 27,8% στις πωλήσεις νέων συσκευών κινητής τηλεφωνίας έναντι του αντίστοιχου περσινού διαστήματος. Στο διάστημα Ιανουάριος - Απρίλιος 2008 στην ελληνική αγορά πωλήθηκαν περίπου 1 εκατ. κινητά τηλέφωνα έναντι 1,3 εκατ. συσκευών πέρυσι, εκ των οποίων τη μεγαλύτερη αύξηση (88%) κατέγραψαν οι συσκευές τύπου slider. Επίσης, άνοδο κατά 60,2% κατέγραψαν και οι συσκευές 3G. Οι Έλληνες καταναλωτές δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στα κινητά τηλέφωνα προηγμένης τεχνολογίας. Πλέον το κινητό τηλέφωνο λειτουργεί ως πολυμηχάνημα, που καλύπτει όχι μόνο την ανάγκη για προσωπική επικοινωνία αλλά και την ανάγκη για ενημέρωση και ψυχαγωγία. Αυξητική είναι η τάση για κινητά τηλέφωνα που υποστηρίζουν την υπηρεσία

αναπαραγωγής μουσικής (ραδιόφωνο και MP3) και ανταγωνίζονται τις αντίστοιχες "κλασικές" συσκευές. Επίσης, ιδιαίτερα δυναμική είναι η κατηγορία κινητών τηλεφώνων που διαθέτουν μεταξύ άλλων συστήματα πλοήγησης (navigator), καθώς και η κατηγορία smart phones με σύνδεση στο Internet για αποστολή και λήψη e-mail που καλύπτουν σύγχρο-

νες επαγγελματικές ανάγκες. Στο πρώτο τετράμηνο του 2008 οι πωλήσεις των smart phones αυξήθηκαν κατά 19% και εκτιμάται ότι για το σύνολο του 2008 το ποσοστό αυτό θα φτάσει στο 24,1% από 20,2% που ήταν το 2007.

Ωστόσο, όπως τονίζεται, τα ποσοστά αυτά υπολείπονται αρκετά από τα αντίστοιχα άλλων ευρωπαϊκών αγορών. Η αξία των πωληθέντων smart phones ανήλθε στα € 11,2 εκατ., αυξημένη κατά 11% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα πέρυσι. Συνολικά η αξία των κινητών

	1/2007- 4/2007	1/2008- 4/2008	Μεταβολή %
2.x G	1.192,8	691,8	-42,0%
3.x G	193,5	309,9	60,2%
Σύνολο	1.387,3	1.001,7	-27,8%
Block	730,6	472,7	-35,3%
Shell	468,0	206,7	-55,8%
Slider	162,0	305,7	88,7%
Swivel	26,7	16,6	-37,8%
Σύνολο	1.387,3	1.001,7	-27,8%

Πίνακας 1. Πωλήσεις συσκευών κινητής τηλεφωνίας (χιλ. τεμάχια), Πηγή: GfK Hellas, 6/2008

	1/2007- 4/2007	1/2008- 4/2008	Μεταβολή %
2.x G	215.669,33	112.362,19	-47,9%
3.x G	64.076,53	104.432,55	63,0%
Σύνολο	279.903,10	216.795,42	-22,5%
BLOCK	133.038,04	83.631,20	-37,1%
SHELL	87.866,74	34.485,94	-60,8%
SLIDER	51.692,10	92.499,77	78,9%
SWIVEL	7.301,96	6.178,51	-15,4%
TABLET	2,76		
Σύνολο	279.903,10	216.795,42	-22,5%

Πίνακας 2. Αξία Πωλήσεων συσκευών κινητής τηλεφωνίας (σε χιλ. ευρώ), Πηγή: GfK Hellas, 6/2008

	1/2007- 4/2007	1/2008- 4/2008	Μεταβολή %
Σύνολο (χιλ. τεμ.)	17,6	21,0	19%
Αξία Πωλήσεων (χιλ. ευρώ)	10.114,94	11.251,99	11%

Πίνακας 3. Πωλήσεις smart phones, Πηγή: GfK Hellas, 6/2008

	1/2007- 4/2007	1/2008- 4/2008	Μεταβολή %
Σύνολο	68,4	79,7	16,5%

Πίνακας 4. Πωλήσεις κινητών μέσω δικτύου καταστημάτων ηλεκτρικών ειδών και υπερμάρκετ (σε χιλ. τεμ.), Πηγή: GfK Hellas, 6/2008

	1/2007- 4/2007	1/2008- 4/2008	Μεταβολή %
Σύνολο	1.318,9	922,0	-30,1

Πίνακας 5. Πωλήσεις κινητών μέσω εξειδικευμένων καταστημάτων ειδών τεχνολογίας & των δικτύων κινητής τηλεφωνίας (σε χιλ. τεμ.), Πηγή: GfK Hellas, 6/2008

	1/2007- 4/2007	1/2008- 4/2008	Μεταβολή %
Panel-TV/LCD	105.648	144.049	36,3%
Σύνολο	474.644	506.426	6,7%

Πίνακας 6. Πωλήσεις καταναλωτικών ηλεκτρονικών προϊόντων (τεμάχια), Πηγή: GfK Hellas, 6/2008

	1/2007- 4/2007	1/2008- 4/2008	Μεταβολή %
Panel-TV/LCD	94.109	107.151	13,9%
Σύνολο	151.429	156.635	3,4%

Πίνακας 7. Αξία Πωλήσεων καταναλωτικών ηλεκτρονικών προϊόντων (σε χιλ. ευρώ), Πηγή: GfK Hellas, 6/2008

συσσκευές και τα είδη κινητής τηλεφωνίας

υπηρεσίες που προσφέρει (όπως είναι η πρόσβαση στο Internet) θα συμβάλουν θετικά στην εξέλιξη του συγκεκριμένου κλάδου. Άλλωστε, η κινητή τηλεφωνία αποσπά συνεχώς αυξανόμενο μερίδιο από την σταθερή τηλεφωνία, καθώς περίπου το 12% των ελληνικών νοικοκυριών έχει εγκαταλείψει τη σταθερή τηλεφωνία χρησιμοποιώντας μόνο κινητά τηλέφωνα για την πραγματοποίηση των κλήσεων, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην αύξηση του αριθμού των κινητών τηλεφώνων. Αναφορικά με το κανάλι διανομής συσκευών κινητής τηλεφωνίας ηγετικό μερίδιο που φτάνει στο 92% περίπου κατέχουν τα ομώνυμα καταστήματα λιανικής των δικτύων κινητής τηλεφωνίας, καθώς και τα αμιγώς καταστήματα ειδών τεχνολογίας. Ωστόσο ανοδικά κινούνται οι πωλήσεις κινητών τηλεφώνων και στα καταστήματα ηλεκτρικών ειδών, στις υπεραγορές, καθώς και στα σούπερ μάρκετ, όπου παρουσιάζεται αύξηση κατά 16% και τα συγκεκριμένα δίκτυα λιανικής επενδύουν εκ νέου στα προϊόντα τεχνολογίας με στόχο να διεκδικήσουν μερίδιο της αγοράς.

Κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου της λιανικής πώλησης πολυμέσων είναι η συγκέντρωση της αγοράς σε λίγες και μεγάλες αλυσίδες, με αποτέλεσμα τη



συρρίκνωση του αριθμού των μεμονωμένων σημείων πώλησης και την όξυνση του ανταγωνισμού. Η τάση που χαρακτήρισε τον ευρύτερο κλάδο στη χώρα μας κατά τα τελευταία χρόνια, είναι η περαιτέρω ενδυνάμωση μεγάλων ομίλων μέσω συγχωνεύσεων, απορροφήσεων αλλά και συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις. Είναι γεγονός πως οι αλυσίδες καταστημάτων υπερτερούν σε σχέση με τα μεμονωμένα καταστήματα καθώς πα-

ρέχουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων. Στα μεμονωμένα καταστήματα η προώθηση των τεχνολογικά προηγμένων συσκευών δεν είναι πάντα εφικτή λόγω της γενικότερης "εικόνας" του καταστήματος, της επιφάνειάς του (έλλειψη ειδικών χώρων επίδειξης συσκευών λήψης, εγγραφής και αναπαραγωγής ήχου και εικόνας), της γεωγραφικής του θέσης και των εισοδηματικών τάξεων στις οποίες απευθύνεται. Από την άλλη πλευρά έντονος είναι ο ανταγωνισμός μεταξύ των αλυσίδων του κλάδου (σε επίπεδο τιμών, προσφορών και πιστωτικών διευκολύνσεων). Οι περισσότερες αλυσίδες έχουν αναπτύξει δραστηριότητα σε πολλούς τομείς του ευρύτερου κλάδου των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, όπως τις τηλεπικοινωνίες, το λογισμικό, τις υπηρεσίες πληροφορικής, τον εξοπλισμό γραφείου, κ.λπ. ενώ σττροφή στα πολυμέσα έχουν κάνει τα τελευταία χρόνια και οι αλυσίδες ηλεκτρικών ειδών. ⓘ

Δυναμική είναι η κατηγορία κινητών τηλεφώνων που διαθέτουν μεταξύ άλλων συστήματα πλοήγησης (navigator) καθώς και η κατηγορία smart phones για αποστολή και λήψη e-mail