



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОБИЛЬНЫХ
ТЕЛЕФОНОВ

Москва, март 2011



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

1.1. Понятие предмета исследования

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие рынки

1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

2.1. Особенности сегментации рынка по типам устройств

2.2. Сегментация рынка по стоимости продукции

2.3. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

3.1. Объемы рынка

3.2. Среднерыночная цена

3.3. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

4.1. Параметры конкуренции

4.2. Основные игроки

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Nokia

Samsung

LG Electronics

Sony Ericsson.

Apple

HTC



- 4.4. Резюме по разделу
- 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ
 - 5.1. Особенности сбытовой политики на рынке России
 - 5.2. Формы салонов сотовой связи
 - 5.3. Профили основных оптовых дистрибьюторов
 - 5.4. Резюме по разделу
- 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ
 - 6.1. Описание потребителей на рынке
 - 6.2. Потребительские предпочтения на рынке
 - 6.3. Стимуляторы потребительской активности
 - 6.4. Резюме по разделу
- 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
 - 7.1. Основные тенденции Рынка
 - 7.2. PEST-анализ Рынка
 - 7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок
 - 7.4. Перспективы развития Рынка
- IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

- 7.2. STEERPLE-анализ рынка
- 7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Индексы цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольственные товары в ноябре-декабре 2010 г.

Приложение 2. Демографический прогноз до 2030 года.



Общая характеристика Рынка

Мобильная связь – это динамично развивающаяся во всем мире отрасль. Благодаря быстрому развитию мобильных технологий, и активному распространению широкополосного беспроводного доступа к сети Интернет на быстроразвивающихся рынках, таких как страны БРИК (Бразилия, Россия, Индия и Китай), перед компаниями сектора мобильных устройств и услуг открываются совершенно новые рынки.

Мобильная связь — это радиосвязь между абонентами, местоположение одного или нескольких из которых меняется. Одним из видов мобильной связи является сотовая связь. Различают три основные разновидности мобильных телефонов: классические телефоны, смартфоны, КПК.

Мобильный телефон — переносное средство связи, предназначенное преимущественно для голосового общения. В настоящее время сотовая связь самая распространенная из всех видов мобильной связи, поэтому часто мобильным телефоном называют сотовый телефон, хотя мобильными телефонами помимо сотовых являются также спутниковые телефоны, радиотелефоны и аппараты магистральной связи.

.....

При выпуске в рыночное обращение на территории Российской Федерации мобильные телефоны, смартфоны и коммуникаторы подлежат обязательной сертификации или декларированию в системе сертификации ГОСТ Р и декларированию в связи.

.....

Российский рынок мобильных телефонов, наряду со многими отраслями экономики, находится под влиянием таких социально-экономических показателей как: ВВП, уровень инфляции, уровень доходов населения и уровень занятости, оборот розничной торговли.



Диаграмма. Оборот розничной торговли в 2006-2009г.г., трлн. руб.



Источник: «ФСГС РФ», 2010 г.

.....

Влияние на изучаемый рынок оказывает развитие мобильного Интернета в российских регионах: по данным опроса российского населения старше 12 лет, ФОМ оценил ежемесячную аудиторию мобильного интернет-доступа в 21,8 млн человек — примерно 18% населения (за месяц, предшествующий опросу, они хотя бы раз воспользовались интернетом с мобильного устройства).

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

В зависимости от совокупности характеристик телефона, выделяются следующие классы:

- Классические мобильные телефоны,
- Смартфоны и коммуникаторы,
- Телефоны для бизнеса,
- Телефоны для общения в социальных сетях



Лидирующую позицию на рынке смартфонов и коммуникаторов занимает ... – доля производителя в объемах рынка в штучном выражении по итогам первых трех кварталов 2010 года составила ...%.

Диаграмма. Распределение продаж смартфонов и коммуникаторов в штучном выражении по производителям итоги 1-3 квартала 2010 г.

.....

Источник: MForum Analytics

.....

Также рынок мобильных телефонов можно сегментировать по следующим признакам:

- По форм-фактору устройств
- По прикладным функциям
- По стоимости продукции

Выделяется несколько ценовых сегментов:

1. Бюджетный
2. Нижний
3. Средний
4. Верхний
5. Премиальный

.....

За 2010 значительно увеличилась доля мобильных телефонов в сегменте «...».



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

По мнению экспертов МТС объём рынка мобильного ритейла в 2010 составил ... млн. реализованных аппаратов. Рост рынка по отношению к 2009 составил ...%

.....

По оценкам экспертов МТС, средняя рыночная стоимость телефона снизилась в 2010 на ...%

.....

По мнению экспертов Telecomdaily снижение средней стоимости объясняется во многом удешевлением сенсорных аппаратов и смартфонов.

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

Основными параметрами конкуренции на рынке мобильных телефонов являются:

- Цена
- ...
- Технологии
- ...
- Ассортимент по видам
- Ассортимент по аксессуарам
- Ассортимент в магазине мобильных приложений (для смартфонов)
- ...

По итогам 4 квартала 2010, лидерами рынка в штучном и денежном выражении остаются Nokia, Samsung, LG и Sony Ericsson, совокупная доля которых составляет на рынке ...% .



Nokia

<http://www.nokia.ru/>

О компании

Корпорация Nokia начала деятельность тогда еще в СССР в 60-е годы. С 1993 г. интересы Nokia в Петербурге представляло предприятие Nokia Switching Systems (NSS). В 1997 г. было создано ЗАО «Нокиа» с головным офисом в Москве. Офисы Nokia есть в ключевых регионах России, а также странах СНГ.

Корпорация относит Россию к макрорегиону Евразия, который включает также Украину, Турцию и ЮГ СНГ.

Ассортимент выпускаемой продукции

Корпорация Nokia производит мобильные терминалы

- классические мобильные телефоны,
- мультимедийные компьютеры Nseries,
- аппараты для бизнес-пользователей Eseries

Стратегия развития

Стратегия Nokia заключается в предоставлении пользователям комплексного решения: устройство + всевозможные услуги.

.....

Планы развития



Nokia планирует в ближайшие 2,5 года увеличить число собственных монобрендовых магазинов в России в три раза — до 120. Расширение сети необходимо производителю, чтобы не уступить долю рынка конкурентам из Южной Кореи

.....

Распространение

Совместно с розничными сетями в России и СНГ Nokia активно развивает программу «Авторизованные точки продаж Nokia», в рамках которой открываются фирменные салоны (Concept Stores) и фирменные отделы (Shop-in-Shops) Nokia.

Фирменные отделы и салоны Nokia открыты в большинстве крупных городов России и СНГ. На настоящий момент у Nokia в России более 40 фирменных салонов, и их количество постоянно увеличивается. Развитием фирменной розницы занимается ЗАО «Носимо»

.....

Показатели деятельности

По итогам 2010, ...% рынка в штучном выражении.

География

В регионе Евразия: Россия, Украина, ЮГ СНГ и Турция.

Преимущества

- Высокая узнаваемость.
 - Широкий ассортимент актуальных устройств.
 - Интернет-магазин приложений и мультимедийного контента “Магазин Ovi”.
-



Samsung

<http://www.Samsung.ru>

О компании

- В 2006 г. Открывает свой склад в России.

Ассортимент выпускаемой продукции

- Мобильные телефоны, Смартфоны и коммуникаторы, Телефоны с 2 SIM-картами, Планшеты с поддержкой мобильных звонков, Аксессуары
- MP3/MP4-плееры, Фото/видео-камеры, компьютеры.

Стратегия развития

-

Планы развития

-

Распространение

- Интернет-магазин
- Дистрибьюторы.

Показатели деятельности

.....

География

- Россия, страны СНГ

Преимущества

- ...
- ...



- Высокая узнаваемость.
- Широкий ассортимент.

Apple

<http://www.apple.com/ru/>

О компании

В 2007 году было создано российское представительство компании.

Ассортимент выпускаемой продукции

- Продукты: Смартфоны линейки iPhone
- Продукты смежных рынков: аудиоплееры, ПК, ноутбуки, планшетные ПК, Apple TV и др.

.....
Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков рынка

| Компания | Выход на рос.рынок | Ассортимент продукции | Линейка продукции | География деятельности | Доля рынка, % | Преимущества |
|----------------|--------------------|-----------------------|-------------------|------------------------|---------------|--------------|
| Nokia | | • | | | | |
| Samsung | | | • | | | |
| LG Electronics | | | • | | | |
| Sony Ericsson | | • | | | | |
| Apple | | | | | | |
| HTC | | | | | | |

Источник: «Маркет Аналитика»



КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

Все поставщики мобильных телефонов - иностранные компании, осуществляющие свою деятельность по всему миру. Все крупнейшие вендоры в 2006-2008 гг. перешли на прямую схему поставок: они самостоятельно ввозят товар в Россию и оформляют его на таможне, после чего он продаётся дистрибьюторам со склада (по схеме B2B) или же, в отдельных случаях, владельцы мелких торговых точек могут купить товар маленькими партиями за наличные (формат Cash&Carry).

.....

Основные оптовые каналы можно разделить на:

1. Федеральные дистрибьюторы - «Телелогистика», VVP Group
2. Региональные дистрибьюторы – «Тринити Фэлконс».

.....

Розничные каналы продажи можно разделить на:

1. Монобрендовые сети операторов сотовой связи – РТК (МТС), Мегафон, Вымпелком (бренд Beeline).

2. ...

3. ...

4. ...

.

Операторы сотовой связи развивают монобрендовые розничные сети путём слияния и поглощения региональных и федеральных сетей.



АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Точную оценку числа абонентов дать сложно, поскольку у одного пользователя может быть несколько SIM-карт различных мобильных операторов.

- Общее количество SIM-карт. - около ... млн

По данным Госкомстата численность населения России по состоянию на 1 января 2010 года составила 141,9 млн. человек, из которых 103,7 млн. проживает в городе, а 38,2 млн. в сельской местности.¹

По итогам сентября российский рынок сотовой связи распределился между операторами по числу абонентов так ²:

- МТС – ...%
- "МегаФон" - ... %
- "ВымпелКом" – ... %
- Tele2 - ... %
- другие операторы – ... %

Можно выделить следующие сегменты потребителей:

- **С низким доходом**
...
- **Со средним доходом**
...

¹ www.gks.ru

² <http://www.bit.prime-tass.ru/news/show.asp?topicid=17&id=76901>



- **Молодежь, студенты**
...
- **Со средним и высоким доходом**
...
- **Бизнес**
...
- **Люкс - С высоким доходом** - часто меняющие сотовые телефоны, с высоким уровнем дохода
...
- **Технофилы (гики)** - с высоким доходом и повышенным интересом к электронике и новинкам этой индустрии.
...
- **Корпоративные пользователи** –
...

В связи с поглощением смежных рынков – аудиоплееры, видеоигры, фотокамеры – и перетеканием десктопного Интернета в мобильный, возникают новые варианты сегментации потребителей по характеру их стиля жизни.

.....

Стимулирующими факторами покупки выступают желание сменить телефон на более современный, а также развитие системы потребительского кредитования.

PEST - АНАЛИЗ РЫНКА

PEST-анализ (иногда обозначают как STEP) — это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании. Результаты PEST-анализа позволяют оценить



внешнюю экономическую ситуацию, складывающуюся в сфере производства и коммерческой деятельности.

| <i>Политические</i> | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Законодательная база;• Государственные стандарты и нормы;• Таможенное законодательство. | |
| <ul style="list-style-type: none">• Стабилизация ситуации на рынке труда• «Старение» населения страны• Снижение смертности и повышение рождаемости | |
| <i>Технологические</i> | |
| <ul style="list-style-type: none">• Развитие информационных технологий;• Рост покрытия сетей и развитие технологий мобильных устройств. | |
| <ul style="list-style-type: none">• Окончание экономического кризиса;• Удешевление пользовательских устройств и услуг связи;• Поглощение смежных рынков;• Появление новых рынков. | |

Источник: «Маркет Аналитика»

РИСКИ И БАРЬЕРЫ РЫНКА

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....

Можно назвать следующие перспективы развития:

.....



Перечень таблиц и диаграмм

Диаграммы

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2013г.г., %.

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 4. Уровень занятости в декабре 2010г., %

Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2009г.г., трлн. руб.

Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2010 гг., млрд. руб.

Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в ноябре 2010г., %

Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в ноябре 2010г., %

Диаграмма 11. Структура выручки от услуг голосовой связи по технологиям за 9 месяцев 2010 г.

Диаграмма 12. Динамика показателя ARPU операторов в 2007-2010 г.г. относительно аналогичного периода предыдущего года – итоги по российскому рынку, %

Диаграмма 13. Доходы от услуг мобильного интернета и объем интернет-трафика в сетях сотовой связи России, 2007-2010 гг.

Диаграмма 13. Объем продаж смартфонов и коммуникаторов 2004-III квартал 2010 г.г. в штучном выражении

Диаграмма 14. Распределение продаж смартфонов и коммуникаторов в штучном выражении по производителям итоги 1-3 квартала 2010 г.

Диаграмма 15. Распределение продаж смартфонов и коммуникаторов в штучном выражении по производителям итоги 1-3 квартала 2010 г.

Диаграмма 16. Динамика ценовых сегментов 2009-2010 г.г.

Диаграмма 17. Российский рынок мобильных устройств, 2009 - 2010 гг., млрд. руб.



Диаграмма 18. Динамика розничных продаж сотовых телефонов на рынке РФ, включая прогноз на ближайшие годы, 2000-2012 гг., в млн. штук

Диаграмма 19. Стоимость мобильных телефонов 2009-2010 г.г.

Диаграмма 20. Доли рынка в штучном выражении, 2010 г.

Диаграмма 21. Соотношение долей рынка в штучном и денежном выражении, 2010 г.

Диаграмма 23. Распределение долей регионов на розничном рынке РФ за 9 месяцев 2010

Диаграмма 24. Предварительная оценка распределения долей между основными игроками рынка сотового ритейла РФ в 2009

Диаграмма 25. Средняя цена проданного смартфона и коммуникатора и общее количество проданных устройств в 2004-III квартал 2010 г.г.

Таблицы

Таблица 1. Сравнительная характеристика игроков рынка

Таблица 2. PEST-анализ российского рынка мобильных телефонов