



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 ...% .



## ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РЫНКА

### **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.<sup>1</sup>

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

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

Можно выделить следующие сегменты потребителей:

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

<sup>1</sup> [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

<sup>2</sup> <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"><li>• Законодательная база;</li><li>• Государственные стандарты и нормы;</li><li>• Таможенное законодательство.</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Стабилизация ситуации на рынке труда</li><li>• «Старение» населения страны</li><li>• Снижение смертности и повышение рождаемости</li></ul>	
<i>Технологические</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Развитие информационных технологий;</li><li>• Рост покрытия сетей и развитие технологий мобильных устройств.</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Окончание экономического кризиса;</li><li>• Удешевление пользовательских устройств и услуг связи;</li><li>• Поглощение смежных рынков;</li><li>• Появление новых рынков.</li></ul>	

**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 гг.

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 гг.

### **Таблицы**

Таблица 1. Сравнительная характеристика игроков рынка

Таблица 2. PEST-анализ российского рынка мобильных телефонов