УДК 339.138

Никита Олегович Кашин, *студент экономического факультета ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»*

Денис Алексеевич Мурыгин, *студент экономического факультета ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»*

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

Аннотация. В статье рассмотрен рынок мобильных телефонов России и основные компании. Обозначена важность введения новых технологий и инноваций в устройства мобильной связи. Исследование проводилось с помощью опроса потребителей и статистического анализа данных. На основе проведенного исследования определены лидирующие и отстающие компании-производители устройств мобильной связи. Также были исследованы критерии выбора мобильных телефонов. Определены и сформулированы новые тенденции развития рынка мобильных телефонов.

Ключевые слова: Мобильный телефон; инновация; доля рынка; конкуренция; бренд; критерий; потребитель; технология.

MARKET RESEARCH OF MOBILE PHONES

Abstract The article describes the mobile phone market and major Russian company. The article also indicated the importance of the introduction of new technologies and innovations in the mobile communication device. The study was conducted using a consumer survey and statistical data analysis. On the basis of the study identifies the leading and lagging of the manufacturers of mobile devices. Also

investigated were the criteria for choosing mobile phones. Identified and formulated new trends in the mobile phone market.

Keywords: Mobile phone; innovation; market share; competition; brand; criterion; consumer; technology.

Для многих покупателей мобильный телефон становится не просто средством связи, а показателем определенного статуса. В последние годы рынок мобильных телефонов в России демонстрирует беспрецедентные темпы роста. Его состояния определяет общие направления развития отрасли телекоммуникации в стране. Мобильный телефон превращается из простого портативного устройства радиосвязи в центр персональных коммуникаций и развлечений.

По данным исследования МТС, проведенного среди абонентов крупнейших операторов мобильной связи России, сегодня наибольшее число обладателей телефонов – молодые люди и девушки в возрасте до 24 лет. При смене телефона потребители, как правило, приобретают модель, сочетающую критерий цена-качество и с богатым функциональным рядом (рисунок 1), поэтому средняя розничная цена медленно снижается. Структура продаж телефонов на Российском рынке по ценовым категориям в штучном выражении представлена на рисунке 1. [3]

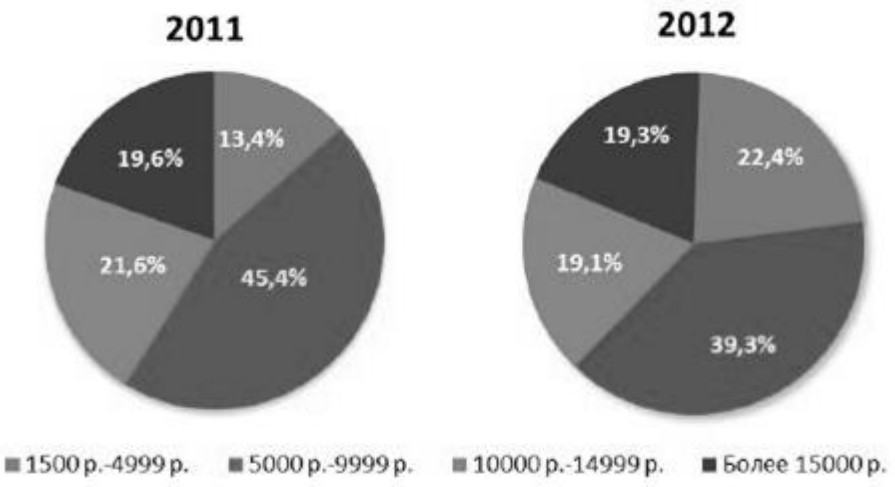

Рис. 1. Структура продаж телефонов на Российском рынке по ценовым категориям в штучном выражении.

Дальнейшее развитие рынка связано с усилением конкуренции между ведущими производителями мобильных телефонов по продвижению своих товаров.[2] В связи с этим возникает необходимость внедрения в практику деятельности компаний-производителей процедур и приемов стратегического планирования с учетом основных особенностей российского рынка. Это необходимо для обеспечения их влияния на развитие рынка в целом и создания долгосрочной конкурентоспособности компаний и дополнительной ценности своей продукции для потребителей. [1]

При покупке нового телефона у покупателя возникают вопросы: «Какой телефон выбрать? Какой из них является качественный? А какой даже не стоит рассматривать?» В связи со значительным изменением конкуренции на Российском рынке мобильных телефонов необходимо провести анализ предприятий мобильных устройств и выделить основных лидеров рынка мобильных телефонов.

В 2012 году среди производителей телефонов, присутствующих на российском рынке, произошла смена лидера. Доли рынка компаний мобильных телефонов представлены на рисунке 2.

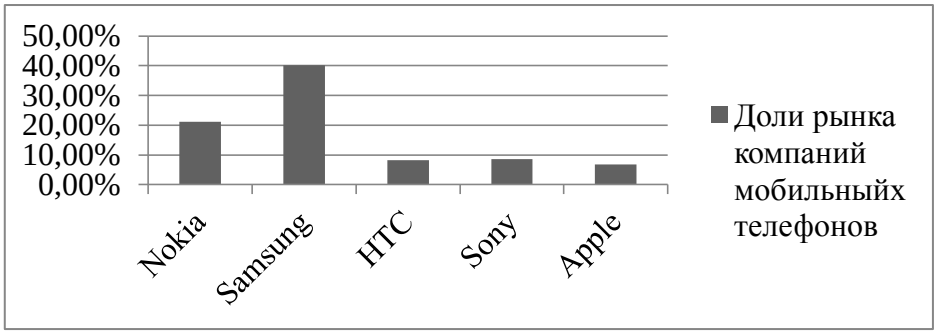

Рис. 2. Доли рынка компаний мобильных телефонов в 2012 году.

Компания «Nokia» сократила долю в продажах до 21,1% с 41,3%, уступив первое место «Samsung», доля которого составила 40,1% по сравнению с 30,7% в 2011 году. На устройства «HTC» по итогам 2012 года приходится 8,2% российского рынка телефонов, «Sony» - 8,5%. Доля компании «Apple» повысилась до 6,8%. Тем самым на долю лидеров рынка – «Nokia», «Samsung» - пришлось до 61,2% общего объема продаж мобильных телефонов.[6]

В начале 2013 года наблюдается рост продаж телефонов компании «Samsung», связанных с усовершенствованной стратегией компании «Samsung», которая включает 3 основных пункта:

1. Дизайн. Компания «Samsung» обратила внимание на то, что потребителю нужен телефон как можно тоньше и практичней. После чего с 2010 года начала выпускать линейку телефонов «Galaxy», которые полностью соответствовали новым запросам потребителей.

2. Производство собственных микрочипов. За счет снижения затрат на покупку микрочипов от других компаний, снижается себестоимости продукта.

3. Сотрудничество с «Google», внедрение в модели операционной системы «Android», что позволило обновить устаревший и привычный «внутренний мир» телефона.

Компания «Nokia» давно представлена на российском рынке и имеет достаточно широкую линейку мобильных телефонов, а именно 42 телефона (без различных комплектаций)[4]. Основной рост продаж за счет клиентской базы. Рекламные ролики компании «Nokia» транслируются на международных, федеральных и региональных телеканалах, что обеспечивает увеличение объемов продаж мобильных телефонов. Компания в своем продвижении активно использует скрытую рекламу (например в фильме «Minority Report»).

Компании «HTC» и «Sony» стабильно теряют долю рынка мобильных телефонов России. Потребительские факторы (рисунок 3)

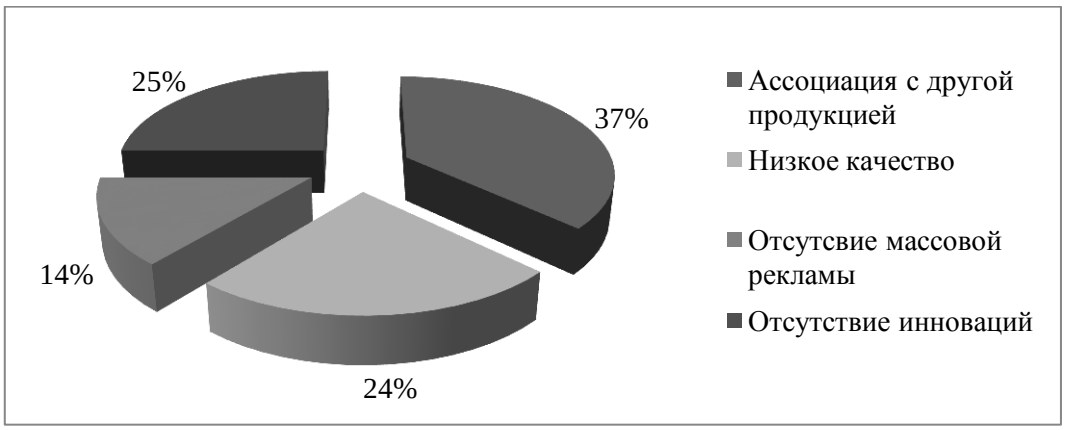

Рисунок 3. Факторы негативного восприятия к брендам «HTC» и «Sony». (Авторские исследования)

Снижение популярности торговых марок «HTC» и «Sony» обусловлено ассоциацией не с устройствами мобильной связи, а с бытовой техникой, а так же отсутствием массовой рекламы. Покупатели считают продукцию «HTC» и «Sony» низкокачественной и не отвечающей требованиям современного рынка мобильных телефонов.

Компания «МТС» является одним из первых операторов сотовой связи в России, который запустил производство и продажу мобильных телефонов под своей маркой. История возникновения бренда «МТС», как производителя мобильных телефонов начинается с 2004 года, когда был создан первый телефон «МТС» разработанный совместно с компанией «Siemens». В то время компания «МТС» не смогла конкурировать на рынке с компаниями «Nokia» и «Samsung». Вторая попытка выхода на рынок была реализована в 2010 году и оказалась более успешной. [5] На данный момент телефоны «МТС» отличаются малой стоимостью и обладают популярными технологиями (QWERTY клавиатура, сенсорный экран, технология DUAL-SIM и др.).

Компания «МТС» использует популярность мобильного оператора для продвижения своей продукции. Реклама компании «МТС» широко представлена в СМИ, в салонах сотовой связи, в интернете и на радио, а так же на телевидении (компания МТС часто приглашает знаменитостей сняться в рекламном ролике для продвижения своей продукции).

В результате проведенных исследований авторами были выявлены критерии покупки телефонов (рисунок 4).

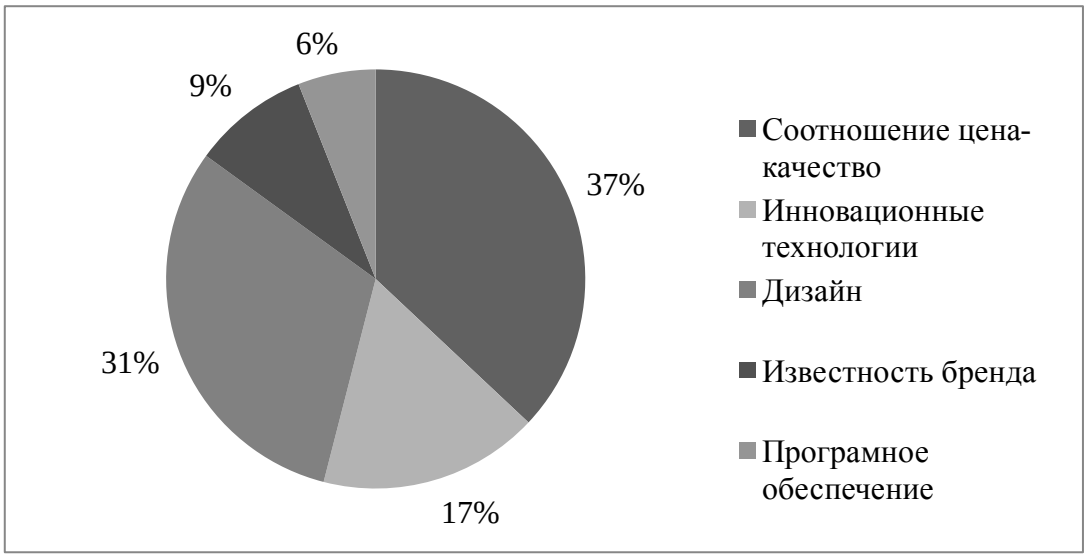

Рисунок 4. Критерии покупки мобильных телефонов. (Авторские исследования)

На основании результатов, по мнению респондентов, основными критериями при выборе телефона является: соотношение цена-качество и дизайн. Программное обеспечение является для потребителя незначительным фактором (6%).

Рынок мобильных телефонов продолжает динамично развиваться. Каждый производитель мобильных устройств старается превзойти конкурентов, разработав устройство, соответствующее требованиям потребителя.

В ходе исследования были выделены компании-лидеры среди производителей мобильных телефонов: «Nokia» и «Samsung», которые уже нашли свои пути дальнейшего развития и следуют им. Такие компании как «HTC» и «Sony», которые пока что не смогли зарекомендовать себя как конкурентоспособные на рынке мобильных телефонов.

После проведенного нами исследования, можно сделать вывод, что на Российском рынке мобильных устройств существует жёсткая конкуренция среди их производителей.

Для потребителей критерий цена-качество является определяющим, поэтому объемы продаж телефонов со стоимостью до 4999 руб. выросли в 2012 году по сравнению с 2011 годом (см. рисунок 1). Анализ проведенного

исследования рынка мобильных телефонов дает нам право говорить, что динамика объемов продаж «бюджетных» телефонов продолжит расти и в 2013 году.

Список литературы

1. Ежедневная интернет-газета URL: http://www.comnews.ru/node/70354 (дата обращения 20.02.2013)
2. Некрасова Е.В., Новикова К.В., Голдырев Е. Совершенствование организации обслуживания клиентов на основе использования маркетинговых приемов // Современные исследования социальных проблем. 2012. №4 (12). С. 59 – 62
3. Официальный сайт компании Nokia URL: http:// http://www.nokia.com/ru-ru/products/products/ (дата обращения: 15.03.2013)
4. Официальный сайт информационно-аналитического агентства ООО «Контент-Ревью ком» URL: http://www.content-review.com/articles/21917/ (дата обращения: 8.03.2013)
5. Mobiset.ru: сотовые телефоны URL: http://www.mobiset.ru/articles/text/?id=2201(дата обращения: 10.03.2013)
6. Чиликин И. В. Формирование стратегии деятельности компании-производителя на рынке мобильных телефонов: Автореф. дис. … к-та экон. наук.