

# 2017

## Маркетинговое исследование рынка компьютеров и цифровых устройств



## Оглавление

1. Оценка и прогнозирование текущей ёмкости рынка.....	3
1.1. Мировой рынок компьютеров и цифровых устройств .....	3
1.2. Рынок компьютеров и цифровых устройств РФ.....	4
2. Характеристика потенциальных покупателей продукции .....	7
2.1. Характеристики покупателей в Европе и мире.....	7
2.1.1. Демографические характеристики пользователей .....	7
2.1.2. Приоритетные направления использования устройств .....	8
2.1.3. Различные виды Интернет-активности.....	8
2.1.4. Электронная почта и мгновенные сообщения .....	10
2.2. Характеристики потребителей в РФ.....	12
2.3. Портрет пользователя цифровых устройств.....	15
3. Характеристика основных участников рынка.....	16
3.1. Мировой рынок.....	16
3.2. Рынок РФ .....	18
3.3. Оценка рекламных бюджетов .....	20
3.4. Структура предложения по сегментам .....	20
4. Факторы, влияющие на потребительский спрос .....	21
5. Рейтинг регионов по реализации цифровых устройств .....	21
6. Характеристика каналов сбыта продукции .....	22
6.1. Структура расходов.....	22
6.2. Анализ факторов, влияющих на вхождение в рынок.....	22
Приложение. Коммерческие расходы Samsung в 2016 г. ....	23

На сайте размещены [примеры отчётов некоторых наших маркетинговых исследований](#), а также [процедура заказа исследования рынка](#). Вы можете также ознакомиться с возможностями [оптимизации расходов](#) на эту услугу в разделе ["Стоимость проведения маркетингового исследования"](#).

 Если вы [заполните эту форму](#), мы подготовим для вас [коммерческое предложение](#), учитывающее специфику вашей задачи.





**Таблица 1. Структура рынка информационных технологий, %**

	**** Г.		**** Г.	
	* вариант	* вариант	* вариант	* вариант
Объем рынка информационных технологий	***	***	***	***
в том числе:				
рынок аппаратных средств	** , *	** , *	** , *	** , *
рынок программных средств	** , *	** , *	** , *	** , *
рынок услуг	** , *	** , *	** , *	**

**Таблица 2. Основные показатели прогноза развития информационно-коммуникационных технологий**

Наименование	**** прогноз		**** к ****, %	
	* вар.	* вар.	* вар.	* вар.
Объем услуг связи, млрд. руб.	****	*****		
% в сопоставимых ценах			*** , *	*** , *
Объем рынка информационных технологий, млрд. рублей	****	****		
% в сопоставимых ценах			*** , *	*** , *
Количество компьютеров на *** человек населения, шт.	**	**	*** , *	*** , *
Количество пользователей Интернет на *** человек населения, чел.	**	**	***	***

**Таблица 3. Основные показатели развития информационно-коммуникационных технологий и связи**

Показатель	****	
	* вариант	* вариант
Доля ИКТ в структуре ВВП %	* , *	** , *
Превышение темпов прироста объема услуг связи над темпами прироста ВВП, раз	* , *	* , *
Доля программных средств и услуг в объеме рынка информационных технологий	** , *	** , *

Развитие российского рынка информационных технологий в течение последних \*\* лет, во многом, обусловлено общей экономической конъюнктурой. В период \*\*\*\*-\*\*\*\* гг. рынок рос фактически с нуля, поэтому высокие темпы были естественными. После дефолта \*\*\*\* года началась регенерация отечественной промышленности. Именно с этого момента в российской экономике начался промышленный рост. Произошедшее в тот же период повышение цен на нефть способствовало оживлению экономики. Сформировался новый тип потребителя ИТ, способного тратить большие деньги на дорогостоящие проекты - сверхприбыльные сырьевые монополии и государство.

Начиная с \*\*\*\* года, началось "остывание" рынка, поскольку механизм, который до сих пор управлял его развитием, оказался в значительной мере исчерпан и уже не мог обеспечить привлечение новых серьезных участников. Крупные сырьевые компании завершили к этому времени первый и основной этап внедрения информационных систем. Второй эшелон крупных заказчиков ИТ - машиностроительные предприятия-экспортеры - не могли обеспечивать столь высокие темпы, так как, в отличие от сырьевых отраслей, здесь было существенно меньше успешных предприятий.

В период с \*\*\*\* по \*\*\*\* гг. темпы роста ИТ-рынка снижались. Рынок вступил в стадию "зрелости", что неизбежно привело к усилению конкуренции. Для "выживания" в сложившейся ситуации многие российские компании вынуждены были пересматривать свои конкурентные стратегии и искать эффективные пути формирования конкурентных преимуществ.

После кризисного \*\*\*\* года произошёл очередной пересмотр стратегий развития отраслей в целом и отдельных предприятий, что привело к \*\*\*\* г. не только к восстановлению уровня докризисного \*\*\*\* года, но и к смене направления тренда – темп роста рынка стал снова расти.

Объем российского ИТ-рынка в \*\*\*\* г. впервые превысил пиковое значение докризисного \*\*\*\* г. в \*\*, \* млрд. евро, считают аналитики. Росту после экономического кризиса в \*\*\*\* г. способствовали следующие факторы: устойчивое развитие российской экономики во второй половине \*\*\*\* г. и в \*\*\*\* г., которое позволило увеличить инвестиции в корпоративный сектор; экспансия телекоммуникационных компаний и провайдеров услуг, которые приступили к строительству новых центров обработки данных, и инвестиции в программу электронного правительства.

Объем российского ИТ-рынка в \*\*\*\* году вырос на \*, \*% и составил \$\*\* млрд. Большая часть из этой суммы - \$\*\* млрд. - приходится на поставки оборудования. Еще около \$\* млрд. - доля ИТ-услуг, а \$\* млрд. приходятся на продажу программного обеспечения.

По мнению экспертов, это самый низкий уровень роста рынка за последние десятки лет, за исключением кризисных годов - например, \*\*\*\* года.

В \*\*\*\*-\*\* годы рост российского ИТ-рынка составлял \*\*-\*\*%. Снижение темпа роста ИТ-рынка в \*\*\*\* году в денежном выражении связано с экономическим кризисом. Также следует учитывать, что в количественном выражении рынок вырос

больше - просто стоимость серверов и компьютеров постоянно снижается. В целом в России дела обстоят неплохо - во многих других странах Восточной Европы объем IT-рынка вообще не растет, а уменьшается.

.....

В целом, доля "третьей платформы" в структуре объема IT-рынка будет нарастать в соответствии с ростом необходимости использования мобильных устройств. По данным IDC, уже в \*\*\*\* году доля смартфонов на рынке персональных устройств приблизилась к \*\*% и составила \*\*, \* млн. штук. Оставшаяся половина персональных устройств приходится на ПК (\*, \* млн. штук), ноутбуки (\*, \* млн. штук.) и планшетные ПК (\*\*\* млн. штук). Предполагается, что к \*\*\*\* году на российском рынке будет \*\*, \* млн. смартфонов, \*, \* млн. ПК, \*\* млн. ноутбуков и \*, \* млн. планшетов.

## **2. Характеристика потенциальных покупателей продукции**

### **2.1. Характеристики покупателей в Европе и мире**

#### **2.1.1. Демографические характеристики пользователей**

Поскольку самый динамичный сегмент компьютерного рынка - это мобильные гаджеты, особый интерес представляют характеристики пользователей именно этих устройств.

На следующей диаграмме представлены данные по распространению планшетных компьютеров среди населения пяти ведущих стран Евросоюза.<sup>8</sup>

.....

#### **Рисунок 4. Распространение планшетных компьютеров среди населения пяти ведущих стран Евросоюза**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Согласно прогнозу, в перспективе распространение планшетных компьютеров в Европе будет расти. К \*\*\*\* г. около \*\*% населения пяти ведущих европейских стран будут пользоваться планшетными компьютерами.

На следующей диаграмме представлена динамика прироста пользователей планшетных компьютеров в ведущих странах Евросоюза.

Как видно из приведенной ниже диаграммы.....

.....

#### **Рисунок 5. Динамика прироста численности пользователей планшетных компьютеров в ведущих странах Евросоюза**

С \*\*\*\* г. темпы прироста численности пользователей планшетных компьютеров в странах Евросоюза начали снижаться. По прогнозам снижение темпов прироста продолжится и в перспективе. Вместе с тем, до \*\*\*\* г. темпы останутся достаточно высокими – ежегодный прирост будет превышать \*\*%.

.....

### **Рисунок 6. Структура распространения пользователей планшетных компьютеров по ведущим странам Евросоюза**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Первое место в Евросоюзе по численности пользователей планшетных компьютеров занимает .....

Вторым лидером является .....

На следующей диаграмме приведена возрастная структура пользователей планшетных компьютеров в Великобритании.<sup>9</sup>

.....

### **Рисунок 7. Возрастная структура пользователей планшетных компьютеров**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

В ближайшей перспективе существенных изменений в возрастной структуре пользователей планшетных компьютеров не ожидается. Будут расти доли пользователей старшего возраста – от \*\* до \*\* лет и выше, суммарно доля пользователей в возрастном диапазоне старше \*\* лет составит около \*\*%. Незначительно (на \*,\*%) вырастет доля совсем юных пользователей в возрасте до \*\* лет.

#### **2.1.2. Приоритетные направления использования устройств**

В соответствии с данными исследования маркетинговой компании .....,<sup>10</sup> проведенного в декабре \*\*\*\* г., основными целями использования планшетных компьютеров в Великобритании являются .....

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

Указанные выше направления рассматриваются далее в настоящей работе в качестве основных направлений использования планшетных компьютеров. Все указанные выше цели могут достигаться при помощи различных устройств, как собственных, так и арендованных.

.....

### **Рисунок 8. Приоритетные направления использования планшетных компьютеров в странах ЕС**

#### **2.1.3. Различные виды Интернет-активности**

На следующей диаграмме приведены данные по проникновению мобильного Интернета в Западной Европе.<sup>11</sup>

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

9 \*\*\*\*\*: \*\*\*\*.//\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*/\*\*\*\*\*/\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\_\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\_\*\*\*\_\*\*\*\*\*/1010264  
10 \*\*\*\*\*: \*\*\*\*.//\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*/\*\*\*\*\*/\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\_\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*/1010501  
11 \*\*\*\*\*: \*\*\*\*.//\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*/\*\*\*\*\*/\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\_\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\_\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\_\*\*\*\_\*\*\*\*/1010510

.....

### **Рисунок 9. Проникновение мобильного интернета в Западной Европе**

На следующих диаграммах приведены результаты исследования, проведенного ..... в европейских странах в \*\*\*\* г., в т.ч. во Франции, Германии, Италии, Испании. Исследование базируется на ответах на вопросы пользователей мобильного Интернета. Для целей исследования было опрошено \* тыс. чел.<sup>12</sup>

На следующей диаграмме приведена возрастная структура пользователей мобильного Интернета в Европе.

.....

### **Рисунок 10. Возрастная структура пользователей мобильного Интернета в Европе**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме приведена половая структура пользователей мобильного Интернета в Европе.

.....

### **Рисунок 11. Половая структура пользователей мобильного Интернета в Европе**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме приведена образовательная структура пользователей мобильного Интернета в Европе.

.....

### **Рисунок 12. Образовательная структура пользователей мобильного Интернета в Европе**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме приведена структура пользователей мобильного Интернета в Европе по видам занятости.

.....

### **Рисунок 13. Структура пользователей мобильного Интернета в Европе по видам занятости**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме приведены данные о загружаемом при помощи мобильного Интернета содержании (контенте) в течение месяца.

.....

<sup>12</sup> \*\*\*\*\*. \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* - \*\*\*\*\* , 2013, \*\*\*\*.//\*\*\*\*.\*\*\*\*\*.\*\*\*\*/\*\*\*\*\*/\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*?\*=\*\*\*\*\*&\*=&\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*=11

#### **Рисунок 14. Загрузка мобильного контента в течение месяца у среднего пользователя мобильного Интернета в Европе**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме приведены данные о собственности пользователей мобильного Интернета в Европе.

.....

#### **Рисунок 15. Пользователи мобильного Интернета в Европе имеют в собственности**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме приведены данные о популярных местах времяпровождения пользователей мобильного Интернета в Европе.

.....

#### **Рисунок 16. Популярные места времяпровождения пользователей мобильного Интернета в Европе**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

### **2.1.4. Электронная почта и мгновенные сообщения**

Мобильная электронная почта позволяет пользователям отправлять и получать сообщения без присутствия дома или в офисе. До недавнего времени мобильная электронная почта получала более широкое распространение в корпоративном сегменте.

Корпоративный сегмент изначально был основным потребителем услуг мобильной почты и основным драйвером роста этого рынка. Мобильная почта позволила «отвязать» сотрудников компаний от офисов, предоставив возможность работать в любом месте, где есть возможность подключения к Интернету при помощи сотового покрытия или Wi-Fi.

При помощи мобильной почты потребители услуг способны более эффективно использовать время вынужденного бездействия, например, в течение ожидания в очереди, поездки в общественном транспорте и т.д.

С развитием технологий и широким распространением смартфонов мобильная почта стала набирать популярность не только в корпоративном, но и в обычном потребительском сегменте. В перспективе прирост активных пользователей мобильной почты будет идти в значительной мере за счет потребительского сегмента.

На следующей диаграмме представлена динамика численности пользователей мобильной почты в мире.<sup>13</sup>

.....

### **Рисунок 17. Динамика численности пользователей мобильной почты в мире**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме представлено распределение пользователей мобильной почты по странам мира.

.....

### **Рисунок 18. Распределение пользователей мобильной почты по странам мира**

Как видно их представленной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме представлена численность пользователей мобильной почты в Европе.

.....

### **Рисунок 19. Динамика численности пользователей мобильной почты в Европе**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме представлены данные по проникновению мобильной почты по европейским странам.

.....

### **Рисунок 20. Проникновение мобильной почты по европейским странам**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Службы обмена мгновенными сообщениями в Интернете развиваются уже около двадцати лет. На следующей диаграмме представлена динамика численности мобильных пользователей сервисов мгновенных сообщений в мире.<sup>14</sup>

Как видно из приведенной ниже диаграммы, .....

.....

### **Рисунок 21. Динамика численности мобильных пользователей сервисов мгновенных сообщений в мире**

На следующей диаграмме представлено распределение мобильных пользователей сервисов мгновенных сообщений по странам мира.

.....

---

13 \*\*\*\*\*: \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* «\*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\*»

14 \*\*\*\*\*: \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* «\*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\*»

## **Рисунок 22. Распределение мобильных пользователей сервисов мгновенных сообщений по странам мира**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме представлена численность мобильных пользователей сервисов мгновенных сообщений в Европе.

.....

## **Рисунок 23. Динамика численности мобильных пользователей сервисов мгновенных сообщений в Европе**

Как видно из приведенной выше диаграммы, ..... \*\*, \*%.

На следующей диаграмме представлены данные по проникновению сервисов мгновенных сообщений для мобильных пользователей по европейским странам.

.....

## **Рисунок 24. Проникновение сервисов мгновенных сообщений для мобильных пользователей по европейским странам**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

На следующей диаграмме представлены способы, которыми приобретатели устройств получают информацию о товарах.<sup>15</sup>

.....

## **Рисунок 25. Способы, которыми приобретатели устройств получают информацию о товарах**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Наглядно изменение популярности способов получения информации представлено на следующей диаграмме.

Как видно из представленной ниже диаграммы, .....

Наиболее существенно выросла популярность получения информации о товарах через социальные сети.

Популярность получения информации посредством рекламных рассылок, а также Direct Mail<sup>16</sup> существенно не изменилась.

.....

## **Рисунок 26. Изменение популярности способов получения информации о товарах в \*\*\*\* г. относительно \*\*\*\* г.**

### **2.2. Характеристики потребителей в РФ**

Анализ потребительских предпочтений в Европе и мире имеет большое значение для исследования предпочтений покупателей цифровых устройств

15 \*\* \*\*\*\*\* \* 2013 \*.

16 \*\*\*\*\* \_ \*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\* \*\*\*\*\*



До сих пор аудитория Интернет росла впечатляющими темпами. Динамичный рост аудитории Интернета в конце \*\*\*\* года и в \*\*\*\* году был вызван в том числе ажиотажным ростом продаж техники в период, когда потребители стремились реализовать дешевающие рубли и купить цифровую технику по старым ценам. Таким образом, в \*\*\*\* году рынок просто отыграл ранее реализованный спрос на технику.

Практически единственной зоной роста на российском рынке цифровой техники в \*\*\*\* году были смартфоны, и за счет этого подросла аудитория мобильного Интернета. И, конечно, сказалась активность операторов связи,

.....

### **Рисунок 27. Аудитория Интернета в России**

которые сделали уверенный рывок в продвижении «мобильных» пакетов в \*\*\*\*-\*\*\*\* году.

Прирост российской аудитории пользователей Интернет на мобильных устройствах в \*\*\*\* году составил \* млн. человек. Сегодня \*\* млн. россиян в возрасте от \*\* лет пользуются Интернетом на мобильных устройствах – смартфонах и планшетах (\*\*,% от всей аудитории) (Рисунок 28). При этом рост аудитории наблюдался только на смартфонах – с \*\*, % в \*\*\*\* году до \*\*, % по итогам \*\*\*\* года. Пользование Интернетом на планшетах практически не изменилось.

Можно ожидать, что в \*\*\*\* году рост аудитории мобильного Интернета продолжится.

На фоне имеющегося потенциала смартфонов с точки зрения замены мобильных телефонов (в России все еще около \*\*% продаж в штуках приходится на «звонилки») мы ожидаем стабильный рост продаж смартфонов на \*% в \*\*\*\* году (в штуках).

В пользу того, что для многих россиян смартфон становится устройством регулярного доступа в Интернет, говорят и технические характеристики покупаемых устройств. Почти половина всех проданных устройств в прошлом году имеют размер экрана \* и более дюймов. Люди также выбирают технологичный процессор (почти \*\*% это \*-х ядерные устройства). Более половины смартфонов, проданных в \*\*\*\* году, это поддерживающие LTE девайсы.

.....

### **Рисунок 28. Интернет на мобильных устройствах**

Пользователи мобильных цифровых устройств России среди операционных систем отдают предпочтение Андроиду (Рисунок 29).

.....

### **Рисунок 29. ОС мобильных устройств**

Большинство потребителей используют доступ к Интернету как через WiFi, так и через сотовую связь, что свидетельствует об их мобильности (Рисунок 30).

....

### **Рисунок 30. Способы подключения к Интернету**

Как нетрудно было ожидать, степень "интернетизации" пропорциональна величине населённого пункта (Рисунок 31).

.....

### **Рисунок 31. Подключение в населённых пунктах**

Процент пользователей Интернета среди молодёжи ещё выше, чем в Европе (Рисунок 32).

.....

### **Рисунок 32. Возраст пользователей Интернет**

## **2.3. Портрет пользователя цифровых устройств**

В следующей таблице<sup>20</sup> представлен комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на формирование портрета конечного потребителя цифровых устройств.

На основании полученных данных итоговой оценки получена следующая потребительская структура.

.....

### **Рисунок 33. Половая структура конечных потребителей услуг**

В настоящее время в половой структуре конечных потребителей преобладают мужчины. Вместе с тем, необходимо принимать во внимание, что .....

.....

### **Рисунок 34. Возрастная структура конечных потребителей услуг**

Доли потребителей возрастных групп в диапазоне от \*\* лет до \*\* лет различаются незначительно. В этой связи, целесообразно принять .....

.....

### **Рисунок 35. Образовательный уровень конечных потребителей услуг**

---

<sup>20</sup> \*\*, .....

Таблица 4. Комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на формирование портрета конечного потребителя

Высокий образовательный уровень характерен для большинства конечных потребителей. В этой связи, **целесообразно ориентироваться на конечных потребителей с высоким образовательным уровнем.**

.....

**Таблица 4. Комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на формирование портрета конечного потребителя цифровых устройств**

### **3. Характеристика основных участников рынка**

#### **3.1. Мировой рынок**

Рассматривая основных игроков рынка компьютеров и цифровых устройств, нужно уделить особое внимание мобильным гаджетам, так как динамика рынка на ближайшие годы будет определяться именно этим сектором.

Гаджеты на платформе Android .....

Специалисты Analysis International также утверждают, что всего в \*\*\*\* году было продано на \*\*% больше планшетников, чем в \*\*\*\* году.

Интересно отметить, что доля смартфонов на базе iOS составляет всего \*,\*%, а вот на долю Android приходится более \*\*% рынка.

.....

#### **Рисунок 36. Доли продаж планшетных ПК, \*\*\*\* г.<sup>21</sup>**

Специалисты ....., подготовили отчет о распределении долей на рынке смартфонов между крупнейшими производителями в первом квартале \*\*\*\* года.

По их подсчетам, объем мирового рынка смартфонов составил \*\*\*,\* млн. штук, что на \*,\*% больше, чем в предшествующем квартале. Интересно, что на других рынках в первом квартале обычно наблюдается спад по сравнению с предшествующим кварталом, но не рынке смартфонов, где каждый следующий квартал сопровождается ростом.

.....

#### **Рисунок 37. ТОП-\*\* продаваемых смартфонов по брендам, \*\*\*\* г.<sup>22</sup>**

Как видно на диаграмме, .....

Самым крупным производителем смартфонов в мире является компания

.....

На втором месте по объему поставок находится Apple, .....

В данный момент Apple является фаворитом на рынке, и одной из причин этого успеха является ее «контроль» над детьми и подростками. Кто-то называет это промывкой мозгов, другие - высококласным маркетингом, но в любом случае это работает на руку Apple, пугая ее конкурентов.

Исследование ....., проводимое среди \*.\*\*\* детей в США, показало, что более половины подростков планируют приобрести iPhone в ближайшие полгода. Точнее у \*\*% он уже есть, а еще \*\*% подумывают о покупке. Конечно, планы детей

21 \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\*

22 \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* , \*\* \*\*\*\*\* 2013 \*

довольно часто расходятся с возможностями, особенно если у них есть проблемы с оценками, но ведь желание остается.

Почти каждый пятый (\*\*%) опрошенный подросток имеет свой планшет или пользуется родительским. Похоже, что iPad стал хитом и среди молодежи, так как о нем также мечтает каждый пятый.

Если говорить о музыке, то и здесь Apple впереди. Доля компании на рынке плееров составляет \*\*%, причем рост составил \*\*% за полгода. Правда на этом фоне популярность плееров падает, и более половины (\*\*%) заявили, что слушают музыку на телефоне.

Около \*\*% имеют MP\*-плеер в том или ином виде, хотя в прошлом году таких было \*\*%. Из тех, у кого плеер все-таки есть, \*\*% пользуются iPod против % Zune. Правда, каким бы плеером они не пользовались, \*\*% скачивают пиратскую музыку с торрентов или других мест.

Компания Apple является одним из крупнейших игроков на рынках смартфонов и планшетов. В то же время компьютерная техника Apple распространена не столь широко, но именно она получает большую долю прибыли с этого рынка.

.....

### **Рисунок 38. Доли производителей в операционной прибыли<sup>23</sup>**

Как сообщает ресурс ....., в четвертом квартале \*\*\*\* года больше всего компьютеров продала компания .....

.....

### **Рисунок 39. Количество проданных ПК, \* кв. \*\*\*\* г.<sup>24</sup>**

Но по показателю среднего полученного дохода от каждого проданного компьютера лидирует компания .....

.....

### **Рисунок 40. Количество проданных ПК, \* кв. \*\*\*\* г.<sup>25</sup>**

В результате, больше всего доходов от продажи компьютеров получают компании .....

При этом у компании Apple оказалась самая высокая операционная маржа - около \*\*% или около \$\*\*\* с каждого проданного устройства.

.....

### **Рисунок 41. Количество проданных ПК, \* кв. \*\*\*\* г.<sup>26</sup>**

Для сравнения, у компаний ASUS и Dell, занявших второе и третье место по этому показателю, операционная маржа составляет около % и %, соответственно (на уровне \$\*-\*\* с каждого проданного компьютера).

---

23 \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* .\*\*\*\*./\*\*.\* \*\*\*\*\* \*\*

24 \*\* \*\*

25 \*\* \*\*

26 \*\* \*\*

.....

**Рисунок 42. Операционная прибыль от продаж ПК, \* кв. \*\*\*\* г.<sup>27</sup>**

Таким образом, размер операционной прибыли, полученной компанией Apple от продажи компьютеров, превзошел суммарный показатель операционной прибыли пяти крупнейших поставщиков компьютеров.

В \*\*\*\* году доля компании Apple на рынке составила \*\*%, тогда как доля Android только \*\*,%. Согласно новому отчету исследовательской фирмы IDC, планшеты под управлением операционной системы Google Android скоро обгонят iPad в течение \*\*\*\* года.

К концу года доля рынка Android планшетов составит \*\*,%, рост продаж планируется на конец года. Для сравнения, Apple, как ожидается, сохранит лишь \*\*% рынка планшетов, в то время Windows RT составит \*,% от общей суммы поставок планшетов.

ОС Планшетов	Доля рынка, ****	Доля рынка, ****	CAGR, ****-**** гг.
Android	**, %	**, %	**, %
iOS	**, %	**, %	**, %
Windows	*, %	*, %	**, %
Windows RT	*, %	*, %	**, %
Другие	*, %	*, %	*, %

**Таблица 5. ОС для планшетных ПК, прогноз рынка<sup>28</sup>**

.....

**Рисунок 43. Доля ОС для планшетных ПК, прогноз на \*\*\*\* г.<sup>29</sup>**

Новый отчет компании IDC подтверждает выводы сделанные в январе \*\*\*\* г., где согласно им, доля компании Apple на рынке снизилась до \*\*,% в четвертом квартале \*\*\*\* года, в сравнении с долей \*\*,% в этот же период в \*\*\*\* году, несмотря на возросшие поставки iPad в целом.

**3.2. Рынок РФ**

Доля смартфонов на российском рынке телефонов за \*\*\*\* год выросла с \*\*% до \*\*%, заявил на пресс-конференции в .....

В \*\*\*\* году в России изменилась тройка лидеров операционных систем. На первом месте по-прежнему .....

По данным .....<sup>30</sup> объем поставок смартфонов в Россию за \*\*\*\* год составил \*,\* млн. штук или \*\*,% всего рынка мобильных телефонов, существенно превысив аналогичные показатели предыдущего года. На долю четверки лидеров – .....

27 \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*

28 \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\*

29 \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*

30 \*\*\*\*\* (\*\*) - \*\*\*\*\* , \*\*\*\*\*

На российском рынке смартфонов усиливается консолидация брендов. Основная конкурентная борьба разворачивается между .....

Цены на смартфоны снижались менее равномерно, чем на обычные мобильные телефоны. Этому способствовали такие факторы, как появление iPhone в России и выпуск компанией Nokia менее дорогих смартфонов.

Объем сегмента смартфонов в количественном выражении по итогам всего \*\*\*\* г. достиг порядка \*,\* млн аппаратов, превысив объем \*\*\*\* года более чем в \* раза. В денежном выражении объем сегмента вырос на \*\*% и достиг \*\*, \* млрд руб., по данным МТС.

В целом за \*\*\*\* г. доля смартфонов в количественном выражении составила \*\*%, превысив значение \*\*\*\* г. более чем в \* раза.

Лидерство в сегменте смартфонов в \*\*\*\* г. в России сохранила .....

В II квартале \*\*\*\* г. доля Nokia на российском рынке смартфонов продолжила падать. Если смотреть поквартально, начиная с IV квартала \*\*\*\* г., динамика такая: \*\*, \*\*, \*\*% — это в деньгах и \*\*, \*\*, \*\*% — в штуках. Таковы данные «Связного». У «Евросети» похожие: \*\*% против \*\*% в денежном и \*\*% против \*\*% в штучном выражении (I квартал \*\*\*\* г. к I кварталу \*\*\*\* г.). МТС тоже согласна: доля Nokia снижается, в натуральном выражении в первом полугодии она составила \*\*%, говорит представитель оператора Валерия Кузьменко.

То, что теряет Nokia, прибирает .....

По прогнозам IDC (февраль \*\*\*\* г), в \*\*\*\* году российский рынок смартфонов вырастет примерно на \*\*%.

В IDC полагают, что российский рынок смартфонов еще далек от насыщения: тенденция роста сохранится еще два-три года, но и к \*\*\*\* году смартфоны не займут \*\*% в общем объеме рынка телефонов.

По рынку планшетных компьютеров аналитическая группа ..... объявила результаты своего исследования российского рынка. По итогам \*\*\*\* года общий объем продаж таких устройств всех типов на российском рынке составил \*\* тысячи. Объем продаж компактных моделей (с экранами от \* до \* дюймов) составил \*\* тысячи штук (\*\*, \*\*%), на долю крупноформатных устройств (с экранами от \* до \*\* и более дюймов) пришлось \*\*\* тысяч штук (\*\*, \*\*%). При этом, более \*\*% роста продаж в сегменте малоформатных планшетов пришлось на IV квартал \*\*\*\* года.

.....

#### **Рисунок 44. Десятка лидеров рынка планшетов всех типов, \*\*\*\* г.<sup>31</sup>**

Если говорить о поставщиках, то на рынке планшетов всех типов в пятерку лидеров входят .....

Во II квартале \*\*\*\* года на долю Apple приходилось \*\*, % российского рынка планшетов (\*\* тысяч), в III квартале \*\*\*\* года - \*\*, \*\*% (\*\* тысячи), в IV квартале \*\*\*\* года - лишь \*\*, \*\*% (\*\* тысяч). В целом, по итогам года рынка на долю Apple пришлось \*\*, \*\*%, устройства на базе Android заняли \*\*, \*\*%, Windows Mobile - \*, \*\*%, Windows \* (ряд азиатских моделей на базе Intel Atom), гибридные

31\*\* \*\*\*\*\*

устройства (с Android и Windows в режиме двойной загрузки) и ряд экзотических платформ занимают около \*%. SmartMarketing отмечает, что не включила в класс планшетов электронные книги.

Эксперты отмечают, что почти весь \*\*\*\* год прошел под знаком доминирования .....

### 3.3. Оценка рекламных бюджетов

На следующей диаграмме представлена структура коммерческих расходов производителей вычислительных устройств.<sup>32</sup>

.....

#### Рисунок 45. Структура коммерческих расходов производителей вычислительных устройств

На следующей диаграмме представлена структура затрат производителей и дистрибьюторов вычислительных устройств и их комплектующих на рекламу.<sup>33</sup>

.....

#### Рисунок 46. Структура рекламных бюджетов производителей цифровых устройств

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

На втором месте – .....

В \*\*\*\* г. среди определенных направлений рекламы (все направления, за исключением направления «Иное») третью по величине долю занимают персонализированные рассылки Direct Mail. Прямая рассылка коммерческих предложений по предварительно отобраным адресам представителей целевой группы покупателей.

На четвертом месте – реклама в Интернет, включающая в себя баннерную, контекстную рекламу, рекламные рассылки по электронной почте.

.....

#### Рисунок 47. Изменение структуры затрат рекламных бюджетов в 2016 г. относительно 2015 г.

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Наиболее существенно выросли затраты по статье «Иное», в которую входят в т.ч. продвижение товаров на выставках, через рекламные акции, затраты на прямой маркетинг.

### 3.4. Структура предложения по сегментам

На следующей диаграмме представлен объем поставок на рынок вычислительных устройств.<sup>34</sup>

Как видно из представленной ниже диаграммы, .....

32 \*\*\*\*\* \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \* 2016 \*. \*\* \*\*\*\*\*

33 \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \* 2016 \*.

34 \*\*\*\*\* . \*\*\*\*. // \*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\* / \*\*\*\*\* / \*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_26-\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*-2016

Объемы поставок растут, в ближайшей перспективе этот рост продолжится, что свидетельствует об усилении конкурентного давления.

.....

На следующей диаграмме представлена структура предложения по сегментам вычислительных устройств.<sup>35</sup>

.....

#### **Рисунок 48. Структура предложения по сегментам вычислительных устройств**

### **4. Факторы, влияющие на потребительский спрос**

В следующей таблице представлен комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на продажи цифровых устройств, и их оценка.

Условные обозначения при оценке:

- «+++» – высокое положительное влияние.
- «++» – среднее положительное влияние.
- «+» – умеренное положительное влияние.
- «-» – умеренное отрицательное влияние.
- «- -» – умеренное отрицательное влияние.
- «- - -» – сильное отрицательное влияние.

.....

#### **Таблица 6. Комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на перспективы рынка цифровых устройств**

### **5. Рейтинг регионов по реализации цифровых устройств**

В следующей таблице<sup>36</sup> представлен комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на сегментацию федеральных округов РФ по перспективам реализации цифровых устройств.

Условные обозначения при оценке:

- «+++» – высокое положительное влияние.
- «++» – среднее положительное влияние.
- «+» – умеренное положительное влияние.
- «-» – умеренное отрицательное влияние.
- «- -» – умеренное отрицательное влияние.
- «- - -» – сильное отрицательное влияние.

Итоговая оценка переставляет собой сумму всех оценок, при этом каждый «+» считается как +\* балл, а каждый «-» считается как -\* балл.

<sup>35</sup> \*\*\*\*\*:\*\*\*\*://\*\*\*:\*\*\*\*\*:\*\*\*/\*\*\*\*\*\*/\*\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_\*\*\*\*\*\_26-\*\*\*\*\*-\*\*\*\*\*-2016

<sup>36</sup> \*\*. Таблица 7. Комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на сегментацию регионов Европы реализации \*\*\*\*\*

.....

**Таблица 7. Комплексный анализ факторов, оказывающих влияние на сегментацию регионов Европы реализации цифровых устройств**

На основании полученных данных итоговой оценки составлен следующий рейтинг.

.....

**Рисунок 49. Рейтинг ФО по итогам комплексного анализа факторов**

**6. Характеристика каналов сбыта продукции**

**6.1. Структура расходов**

Исходя из расчетов, приведенных в Приложении, в \*\*\*\* г. на \* проданное устройство компании Samsung приходилось \*\* долл. США коммерческих расходов, или \*\*, \* Евро по курсу \*, \*\* долл. США за \* Евро.

Коммерческие расходы делятся по статьям в соответствии со структурой, рассчитанной на основании данных Приложения, и представленной на следующей диаграмме.

.....

**Рисунок 50. Структура коммерческих расходов**

В течение года коммерческие расходы распределяются с учетом сезонного распределения, рассчитанного на основании данных Приложения, и представленного на следующей диаграмме.

.....

**Рисунок 51. Сезонное распределение коммерческих расходов**

.....

**Рисунок 52. Структура затрат в рекламных бюджетах**

**6.2. Анализ факторов, влияющих на вхождение в рынок**

Проведенный анализ отраслевой конкуренции в олигополистическом сегменте рынка информационных технологий по методу исследования пяти конкурентных сил позволяет сделать следующие выводы.

Исследование угрозы вхождения новых конкурентов в отрасль как первой из пяти конкурентной сил показало .....

К тому же все крупные компании расположены, главным образом в Москве и Санкт-Петербурге, где и находятся основные крупные потребители информационных продуктов и услуг. Организация филиалов крупных компаний в регионах, не охваченным ИТ-бизнесом, дает им потенциальные преимущества в виде благоприятного расположения. Вероятность выхода на этот сегмент рынка

