

Особенности и характерные черты мирового рынка смартфонов: тенденции и перспективы

Абдуллаева Азада Азад кызы,

Новосибирский государственный университет экономики и управления,

г.Новосибирск

Целью исследования является определение особенностей и основных признаков потребительской и конкурентной среды, в которой развивается рынок смартфонов.

Актуальность: Рынок мобильных телефонов и смартфонов является крупным сегментом на мировом потребительском рынке, однако, рынок вряд ли можно назвать хорошо изученным и предсказуемым в связи с относительной непродолжительностью его существования и высокой технологической мобильностью, (выражающейся в быстром моральном устаревании устройств.) Производители средств мобильной связи своими разработками подстегивают потребителя к покупке новых и новых моделей [1]. Большой интерес к динамике рынка смартфонов, как со стороны потребителей, так и стороны производителей, обуславливает актуальность исследования динамики конъюнктуры данного рынка и перспектив его развития.

Задачи:

1. Проанализировать потребительскую среду мирового рынка смартфонов
2. Проанализировать конкурентную среду мирового рынка смартфонов
3. Выявить особенности и характерные черты

1) Анализ потребительской среды. Потребительская среда – совокупность основных демографических и экономических признаков людей, пользующихся смартфонами. Данные экспертов мирового рынка цифровых устройств, а также исследования мирового рынка смартфонов отражают возрастные, социальные и коммуникативные признаки потребительской среды данного товара. Общее число пользователей смартфонов в мире в 2019 г. оценивается в 4,5 млрд. ед., что на 13,7% больше, чем в 2018 г., и на 35% больше, чем в 2017 г. [2]. Пользователями смартфонов являются все возрастные группы населения – от детей до пожилых людей, однако, наиболее часто смартфоны используют лица 18-34 лет: на них и приходится большая часть продаж. Распределение потребителей по возрастам и частоте использования смартфонов представлено на рисунке 1.

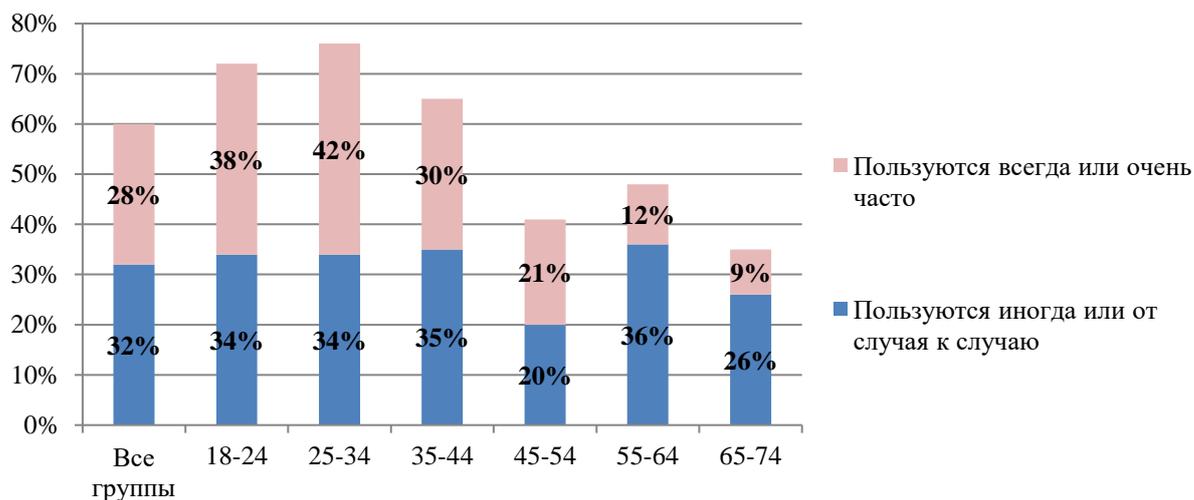


Рисунок 1 – Частота пользования смартфонами лицами различных возрастных групп [3]

Таким образом, наиболее активным сегментом потребителей смартфонов являются молодые люди. Из всего количества молодежи 25-34 лет 42% пользуются смартфонами «всегда» и «очень часто». По мнению специалистов, молодежь наиболее подвержена влиянию рекламы на мобильные устройства. Молодежи свойственно стремление осваивать новые технологии [1]. В связи с этим политика большинства производителей мобильных устройств нацелена в первую очередь на молодое поколение, являющееся передовым отрядом потребителей их продукции, мотивирующим всех остальных потребителей. Закономерно, что количество пользователей смартфонов снижается пропорционально возрасту. Также с возрастом снижается частота использования смартфонов у тех потребителей, кто ими пользуется иногда, редко или от случая к случаю.

Чем обусловлено постоянное или частое использование мобильных устройств? Информационное поле данных устройств позволяет быстрее, эффективнее и интереснее (зачастую в рамках коммуникативных сред интернета) выполнять какие-либо виды работ или функций в повседневной деятельности. Американское информационное агентство «eMarketer» опубликовало расширенную версию характера пользования смартфонами в свободное от работы время, из которой следует, что:

- 92% потребителей пользуются смартфонами во время осуществления покупок;
- 89% потребителей пользуются смартфонами во время отдыха;
- 87% потребителей пользуются смартфонами во время встреч и разговоров с членами семьи и друзьями;
- 87% потребителей пользуются смартфонами во время просмотра телевидения;
- 81% потребителей пользуются смартфонами во время посещения ресторанов и кафе;

- 54% потребителей пользуются смартфонами во время проезда в общественном транспорте [3].

Подобные масштабы зависимости среднестатистического мирового потребителя от мобильных устройств можно наглядно наблюдать и в повседневной жизни. Практически все виды свободного времени населения (покупки, отдых, общение с друзьями, просмотр телевидения, прием пищи, поездки в общественном транспорте и т.п.) сопровождаются использованием коммуникативных и деловых функций смартфона. С точки зрения современной экономики, это свидетельствует о высоком спросе на цифровые устройства типа смартфонов.

По оценкам экспертов, Россия в 2019 г. заняла примерно 23% современного мирового рынка мобильных устройств. Главными потребителями смартфонов являются жители Китая, США, Индии, Японии и России – наиболее густонаселенных стран планеты. Основными факторами лидирования данных стран в рейтинге пользования смартфонами являются численность населения и уровень дохода, позволяющий приобрести данный гаджет в личных целях. Указанные страны формируют 54,4% общемирового спроса на смартфоны (по данным за 2018 г.).

Таким образом, Россия является активным потребителем на мировом рынке смартфонов. По результатам исследований компании «J'son & Partners Consulting» за 2019 г., в России число пользователей мобильных устройств достигло 49,8 млн. ед. Средний возраст пользователя смартфона в России составляет 30,8 лет.

Компания Mail.Ru Group также провела масштабное исследование российского рынка мобильного интернета. Аналитики компании составили «технологический» портрет российского пользователя, выявили наиболее популярные мобильные платформы и модели смартфонов, а также изучили географию проникновения мобильного интернета в России. По результатам исследования, чаще всего на мобильные версии сайтов заходят с устройств Samsung (30,25%). Второе место занимает Apple (26,53%), третье – Huawei (10,44%) [4].

Еще одним аспектом, широко обсуждаемым в рамках использования смартфонов, является консьюмеризация. Мобильные устройства изначально были предусмотрены для личного использования, однако, в настоящее время такие устройства используются и для профессиональных целей, т.е. для получения, хранения, обработки и обмена корпоративной информацией. Таким образом, консьюмеризация стирает грани между личным и корпоративным файловым обменом и превращает смартфон в поистине универсальное коммуникативное средство.

2) Анализ конкурентной среды и брендовый анализ. Рынок смартфонов – рынок с высокой степенью конкуренции: помимо технических характеристик, брендинговая составляющая является одной из лидирующих, а зачастую и главной причиной покупки. Конкуренция на этом рынке достаточно сильна, главные игроки с одинаковой степенью интенсивности участвуют в конкурентной борьбе, максимально быстро внедряя все самые передовые изобретения и технологии. Поэтому на данном рынке при покупке товара потребители предъявляют не только функциональный, но и нефункциональный (нерациональный) спрос, связанный, во-первых, с имиджем компании-производителя покупаемого смартфона, во-вторых, эффектом Веблена, когда наиболее дорогой экземпляр смартфона при тех же потребительских свойствах становится наиболее желаемым.

Бренд смартфона – не просто торговая марка, это цельный, уникальный и привлекательный для потребителей образ торговой марки. Именно отношение потребителей делает марку брендом, наделяет ее образом, который переносится на конкретные товары и услуги, объединенные принадлежностью к марке. Бренды формируются и существуют вне желаний производителей. Как маркетинговый инструмент бренд сочетает в себе действие психологических и экономических факторов, повышая эффективность каждого из них в отдельности. В некоторых случаях бренд способен обеспечить значительный рост продаж, заставляя потребителя считать все, что выпускается под данной маркой – хорошо по определению. Примерами успешного использования бренда на рынках высокотехнологичных товаров являются Apple, Samsung, Lenovo и некоторые другие.

Агентство по исследованию рынка электроники Digitimes Research проанализировало успехи различных производителей мобильных устройств. Согласно представленной информации, за первое полугодие 2019-го самым популярным смартфоном оказался Galaxy A10. За отчетный период было отгружено 26,9 миллиона устройств. С существенным отрывом от лидера на втором месте расположился iPhone XR от Apple, поставки которого за полгода составили 13,4 миллиона единиц. Замыкает тройку лидеров Galaxy A50 с 12 миллионами.

Самым популярным смартфоном от Xiaomi оказался бюджетный Redmi 6A, расположенный на пятом месте. Общий рейтинг брендов производителей смартфонов представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Рейтинг мировых брендов производителей смартфонов, 2020 г.

Место в рейтинге	Бренд компании производителя	Страна, краткая характеристика компании-производителя	Доля в объеме продаж
1	Samsung	Республика Корея. Группа компаний, производитель высокотехнологичных компонентов	30,25%
2	Apple	США. Корпорация, производитель аудиоплееров, телефонов, программного обеспечения	26,53%
3	Huawei	Китай. Одна из крупнейших китайских компаний в сфере информационно-коммуникационных технологий	10,44%
4	Xiaomi	Китай. Компания в сфере информационно-коммуникационных технологий	9,67%
5	ВВК	Китай – США. Компания по производству потребительской техники. Владелец марок Oppo, Vivo, OnePlus и Realme	7,23%
	Другие		15,88%

Таким образом, 30,25% всего производства смартфонов сосредоточено в Республике Корея, более 26,53% – в США, более 20,11% в США. При этом, Республика Корея и США представлены всего двумя компаниями на каждую из стран, а Китай – целой совокупностью компаний, которые занимают лидирующие места по продаже смартфонов у себя в стране. Это говорит о большом потенциале китайских компаний на мировом рынке смартфонов в перспективе до 2025 г.

По рынку высокотехнологичной продукции, около 90% выручки приходится на пять стран: США, Японию, Тайвань, Китай (включая Гонконг) и Южную Корею.

На 2019 год на рынке смартфонов происходит острая борьба между США и Китаем. Компания Huawei стала реальным конкурентом не только корейской Samsung, но и американской Apple, что вызвало острую реакцию со стороны американских властей с обвинениями в технологическом пиратстве и недобросовестной конкуренции. Эта ситуация отражает факт начала передела наиболее привлекательного рынка постиндустриальной экономики.

В целом, рынок производителей смартфонов можно охарактеризовать как несовершенен конкурентный (по типу монополистической конкуренции).

Позиции России на мировых рынках высокотехнологичной потребительской продукции достаточно слабые. В мировом экспорте обозначенной группы товаров наша страна занимает 0,35%, что намного меньше удельного веса таких стран, как Германия

(7,6%), США (13,5%), Китай (16,3%) . Оценка конкурентоспособности российской электронной промышленности, показывает, что в России нет конкурентоспособных предприятий в области потребительской электроники, чему способствует низкий уровень НИОКР и недостаточная квалификация производственного персонала. В дальнейшем для эффективного развития собственного потребительского рынка мобильных устройств России необходимо осуществить реструктуризацию промышленности и увеличить инвестирование в инновационную сферу.

Выводы исследования. Таким образом, потребительская и конкурентная среда современного мирового рынка смартфонов обладает следующими особенностями и чертами:

- активным ростом количества потребителей смартфонов за последние несколько лет;
- разнообразием потребительских групп, классифицируемых по различным признакам – возрастным, социальным и т.д.;
- универсальным охватом использования смартфонов: в личных и рабочих целях, для общения, обработки и обмена информацией;
- преимущественным использованием технологической платформы Android, в том числе для выхода в интернет;

Рынок смартфонов стал одним из самых быстро растущих рынков в новейшей истории. На сегодняшний день потенциал его роста далеко не исчерпан ввиду привлекательности и востребованности потребительских свойств смартфона. Особенности потребительской и конкурентной сред обуславливают продолжение роста объема продаж замедляющимися темпами вплоть до 2025 г. и одновременное усиление конкурентной борьбы между основными производителями.

Однако на рынок смартфонов воздействуют множество других факторов. Аналитический центр электротехнического холдинга GS Group презентовал отчет по ключевым событиям и прогноз развития рынка смартфонов в России в 2021 году. Основной вывод, который делают специалисты центра, заключается в том, что пандемия показала, насколько уязвимой становится отрасль не только смартфонов, но и электроники в целом, если разработка и производство всех компонентов сосредоточено в одной точке планеты.

Отчет был подготовлен на основе кабинетных и полевых исследований в области технологий для телевидения, потребительской электроники и микроэлектроники, композитных материалов и глубокой переработки древесины. Сотрудники центра проанализировали последние события и тенденции, используя собственный опыт и оценки экспертов.

В документе отмечается три ключевых события, которые окажут самое сильное влияние на рынок смартфонов в России:

- введение карантина по всему миру в результате коронавируса;
- принятие закона о предустановке отечественного ПО в импортируемые в страну смартфоны;
- решение о необходимости экологической утилизации старых смартфонов.

Рынок смартфонов и прочих носимых устройств это коснется напрямую, поскольку в условиях неопределенности и снижения дохода, значительная часть потребителей отложит покупку нового устройства. Падение объема на рынке мобильных телефонов во втором квартале будет не менее 30%, в третьем – не менее 40% по сравнению с 2019 годом, оборот рынка в денежном выражении снизится меньше из-за роста цен на устройства. При таком падении, часть брендов покинут рынок, а их долю займут лидеры.

По мнению авторов отчета, ситуация с китайским коронавирусом показала риски глобализации: если все производство сконцентрировать в одной точке планеты, рано или поздно это приведет к глобальному сбою. Если смартфон является пока чисто потребительским товаром, то в целом отрасль микроэлектроники стратегически важна для современного государства, будь то электронные компоненты или готовое оборудование. Именно поэтому в России должны быть свои центры разработки и производства в области микроэлектроники, способные в любой момент перехватить основной объем операций для российского рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Смартфоны (мировой рынок) [Электронный ресурс] // Информационно-аналитический портал-конференция «Tadviser». – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php>.
2. Информационно-аналитический портал «Smartphone Market Research» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smartphonemarketresearch.com>.
3. Информационно-аналитический портал «eMarketer» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.emarketer.com>.
4. Mail.Ru Group проанализировала российский рынок мобильного интернета [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «Mail.Ru Group». – Режим доступа: <https://corp.mail.ru/ru/press/releases/9017>.