

## **Рынок мобильной связи. Состояние и прогноз на 2009 год.**

**Аналитическую записку подготовил:**  
Орехов Дмитрий  
Директор по стратегическому маркетингу  
Управляющей Компании ЦИФРОГРАД

**Москва, 02 октября 2008**

## Содержание

<b>Содержание.....</b>	<b>2</b>
<b>Введение.....</b>	<b>3</b>
<b>Результаты опроса населения исследовательским холдингом Ромир.....</b>	<b>3</b>
<b>Оценка состояния рынка мобильной связи.....</b>	<b>5</b>
<b>Оценка емкости рынка мобильной связи РФ.....</b>	<b>9</b>

## Введение

Цель аналитической записки

- Предоставить количественное видение рынка мобильных телефонов РФ.
- Дать краткий прогноз развития рынка на 2009 год.

Экспертная оценка рынка и прогноз на следующий год сделаны на основании проведенных исследований, а так же на основании данных открытых источников информации, таких, как: сайты, релизы и презентации исследовательских агентств, информация по официальному ввозу на территорию РФ, статистика по составу населения РФ и т.п.

## Результаты опроса населения исследовательским холдингом Ромир

Компания Цифроград регулярно проводит исследования рынка мобильной телефонии.

Исследовательский холдинг Ромир по договору с Цифроград провел серию опросов населения РФ. Среди вопросов были несколько позволяющих оценить количество потребителей услуг мобильной связи.

Представляем некоторые из результатов исследований компании Ромир.

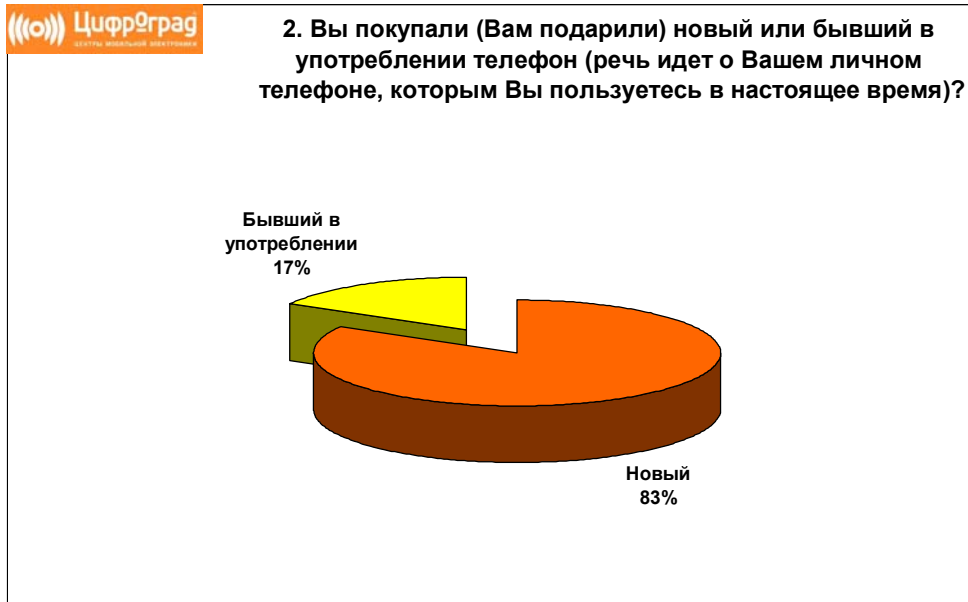
По состоянию на июнь месяц 2008 года среди жителей от 18 лет и старше 77,5% являлись абонентами мобильной связи. Из опрошенных 5,6% имеют в личном пользовании два телефона и 1,2% - три и более мобильных аппаратов с активными сим-картами (см. диаграмму 1).



Таким образом, получается, что на каждого пользователя (от 18 лет и старше) в июне 2008 года в среднем приходилось по 1,11 телефонов с активной сим-картой. Около 9% всех пользователей имеют более 1 телефона.

Отдел маркетинговой аналитики

17% всех абонентов мобильной связи ответили, что пользуются приобретенным или подаренным бывшем в употреблении мобильным телефоном (см. диаграмму 2).



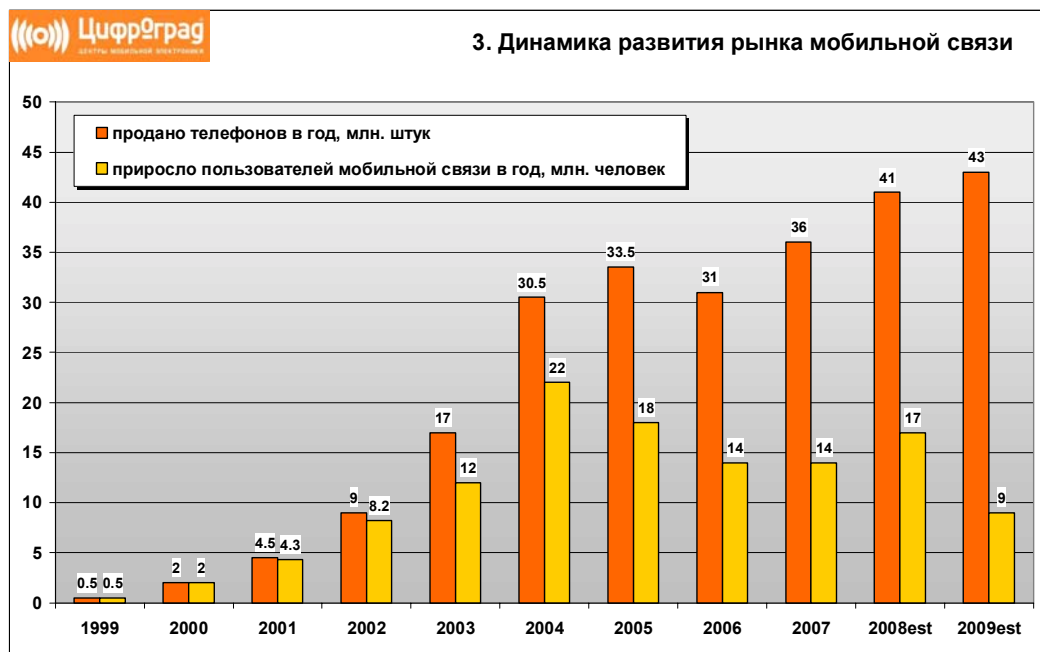
Отдел маркетинговой аналитики

## Оценка состояния рынка мобильной связи

Представленная здесь экспертная оценка рынка мобильной телефонии и прогноз на следующий год сделаны на основании проведенных исследований, а так же на основании данных открытых источников информации, таких, как: сайты, релизы и презентации исследовательских агентств, информация по официальному ввозу на территорию РФ, статистика по составу населения РФ и т.п.

Рынок по состоянию на 2008 год составит примерно **41 миллион** мобильных терминалов, что на 13,9% больше, чем в 2007 году.

В 2009 году рынок дорастет до 43 миллионов (см. диаграмму 3).



Число пользователей на конец 2008 года составит **112 млн.** человек, а на конец 2009 года – примерно **121 млн.** (см. диаграмму 4). Здесь и далее *под числом пользователей понимается количество людей, имеющих в личном пользовании мобильный телефон с активной сим-картой.*

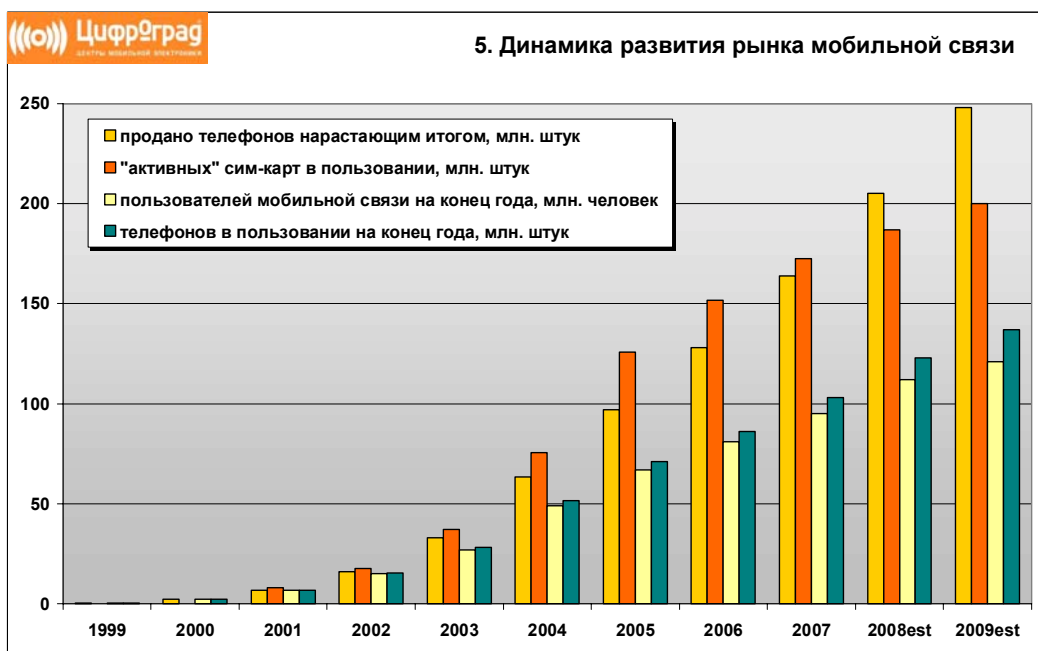
На конец 2008 года число телефонов в пользовании (только телефоны с активной сим-картой) оценочно составит **123 млн.** штук. Получается, что в среднем на одного пользователя придется по 1,10 телефонов. Эта цифра отличается от приведенной на странице 3, потому что здесь экспертно оценивается количество всех пользователей России, а не только пользователей от 18 лет и старше.

Отдел маркетинговой аналитики



Согласно прогнозу, на конец 2008 года в РФ будет около **187 млн.** «активных» Sim-карт в пользовании, а на конец 2009 года их будет примерно **200 млн.** штук. Этот показатель наименее всего поддается оценке, поскольку он напрямую зависит от политики и тактических ходов операторов и слабо связан с темпами развития рынка и уровнем спроса.

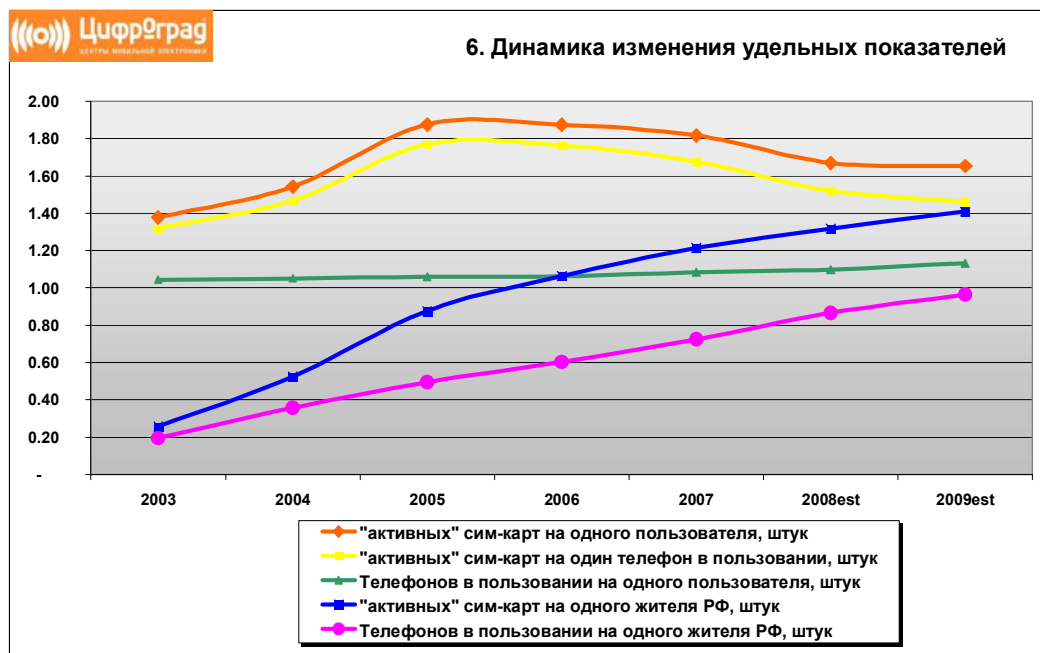
Интересно сравнить темпы роста абонентской базы с общими продажами телефонов нарастающим итогом (см диаграмму 5). В 2008 году количество «активных» сим-карт впервые за историю мобилизации России станет меньше количества проданных (нарастающим итогом) телефонов. «Впервые», если не учитывать тот период, когда телефоны использовались без сим-карт в комплекте.



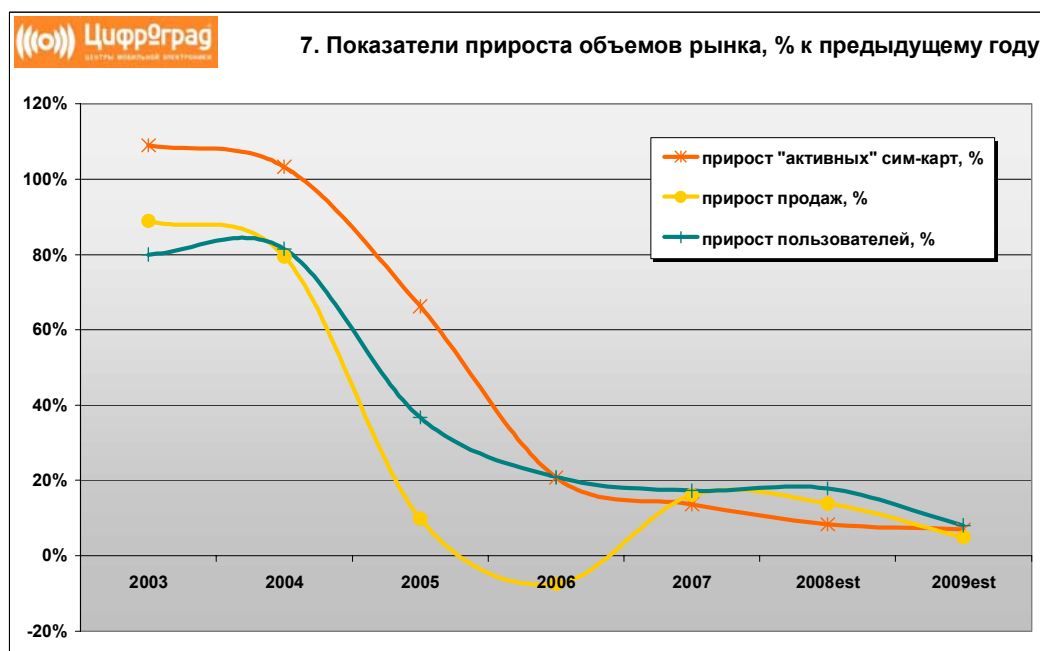
Отдел маркетинговой аналитики

С 2006 года замедлился рост количества «активных» сим-карт. На этот показатель мобильности населения сверху «давит» число жителей РФ, которое не собирается расти с такими же темпами.

На графике 6 видно, что количество телефонов в пользовании уже приблизилось к численности населения.



Снижение темпов прироста абонентов, пользователей и продаж является еще одним индикатором насыщения рынка (см. график 7). Теперь **размер рынка определяется, в основном, не приростом новых пользователей, а сроком использования и замены товара на новый.**



Отдел маркетинговой аналитики

В 2008 прирост пользователей составит около 40% от всех продаж за год.  
В следующем 2009 году это отношение составит уже около 20% (см. график 7).



Таким образом, в 2009 году более 80% всех проданных телефонов пойдет на «обновление парка» терминалов в пользовании. «Более 80%» - потому что значимая часть пользователей прирастет за счет приобретения бывших в употреблении телефонов, а не только покупки новых телефонов. Следовательно, из проданных новых телефонов, менее 20% достанется новым пользователям. Динамику прироста пользователей можно посмотреть на диаграмме 3.



Отдел маркетинговой аналитики

## Оценка емкости рынка мобильной связи РФ

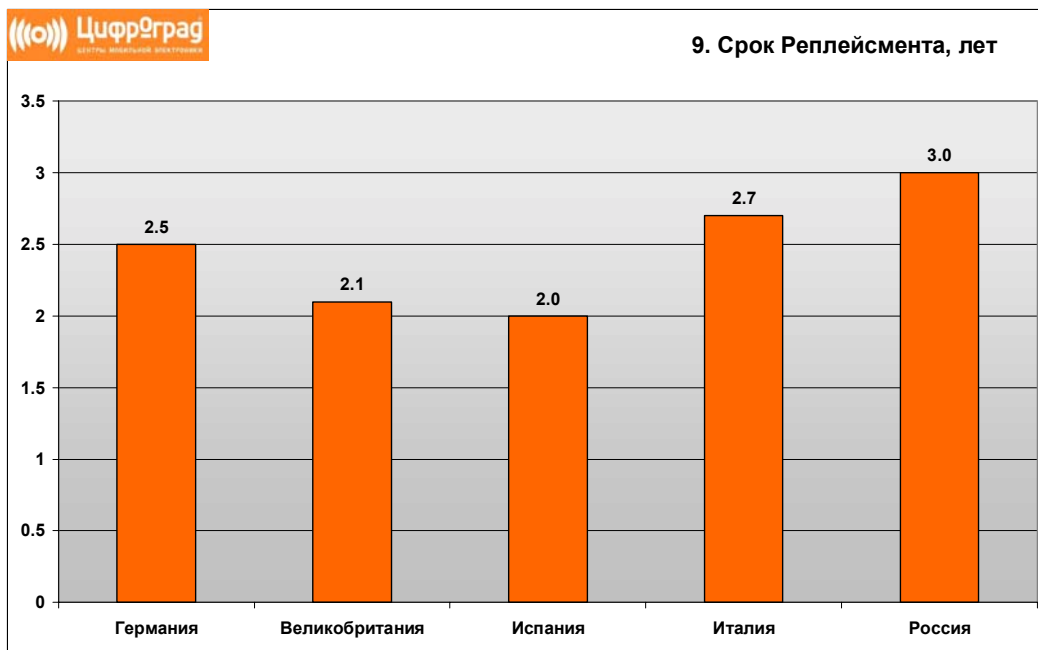
Сейчас примерно 25-29% всех пользователей мобильной связи за год меняют свой телефон на новый (не б/у). Сегодня средний срок замены телефона на новый составляет примерно **3 года**.

Для сравнения, оценим сроки реплейсмента в Европейских странах в предположении 100% проникновения связи по пользователям.

На основании данных 2007 года, с учетом недоступности связи для младенцев, имеем:

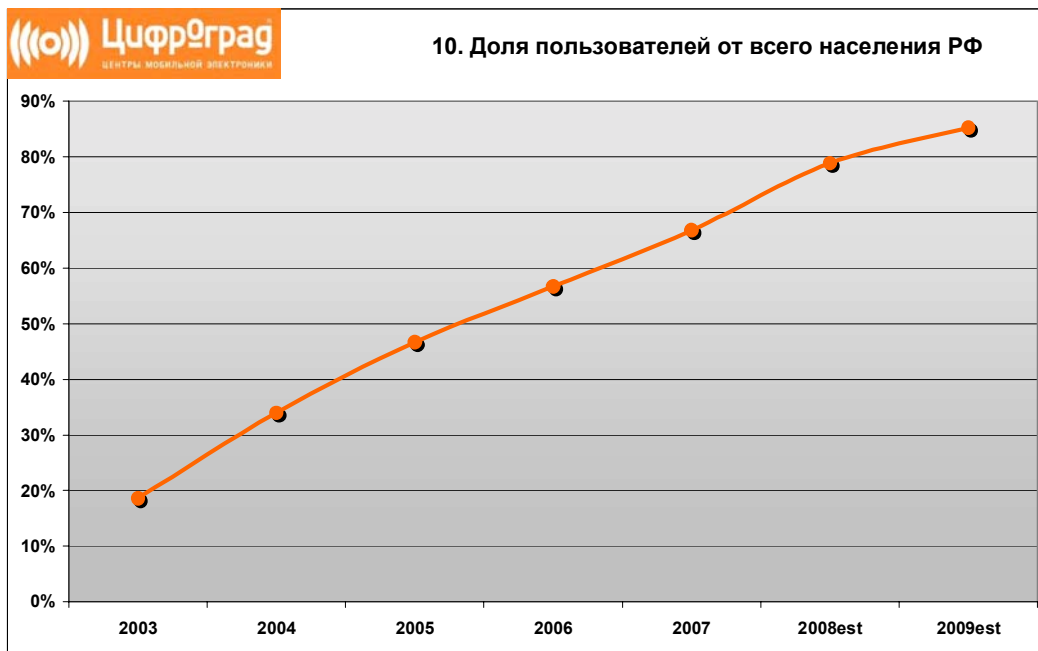
- Германия – размер рынка 35,2М при населении 82,3М – срок реплейсмента 2,5 года.
- Великобритания – рынок 31,3М при населении 60,4М – срок реплейсмента 2,1 года.
- Испания – рынок 23,4М при населении 43,8М – срок реплейсмента 2,0 года.
- Италия – рынок 23,4М при населении 58,8М – срок реплейсмента 2,7 года.

(См. диаграмму 9)



Отдел маркетинговой аналитики

Экспертная оценка динамики изменения доли пользователей от всего населения РФ (по состоянию на конец каждого года) приведена на графике 10. Эта оценка может немного отличаться от данных различных опросов. Обратите внимание на то, что большинство опросов проводятся среди жителей от 16 или от 18 лет и старше, а не среди всего населением. Например, данные Ромир-мониторинг, приведенные на странице 3, получены в результате опроса жителей от 18 лет и старше.



На сегодня в России группы населения «до 6 лет» и «старше 70 лет» составляют примерно 15% от всех жителей. Поэтому можно с большой вероятностью предположить, что уровень проникновения по пользователям в ближайшие 2-3 года не превысит 90% от всего населения.

Отсюда рассчитываем, что в случае уровня реплейсмента **3 года** и уровня проникновения по пользователям 90%, размер рынка РФ достигнет **43 млн.** терминалов.

В случае достижения уровня реплейсмента **2,5 года** и уровня проникновения по пользователям 90%, размер рынка РФ может достичь **51 млн.** терминалов.

Правда, для снижения срока обновления телефонов должны появиться дополнительные мотивы.

В Западной Европе такими мотивами стали развитие 3G сетей и быстрый рост мобильных интернет-пользователей. В нашей стране начали запускаться 3G сети, но по уровню проникновения интернета Россия пока сильно отстает от Европы (21% против 60-85%). Наблюдается сильное отставание от Западной Европы и по доле 3G терминалов в общих продажах. Например, в Германии эта доля около 30%, а у нас около 15%.

Но в данных фактах, так же, кроется потенциал для роста рынка мобильных телефонов в РФ.

В случае резкого роста популярности мобильного интернета и передачи данных и при доступности 3G сетей, в стране будет еще недостаточно телефонов, поддерживающих стандарт 3G. Именно это обстоятельство может привести к резкому росту рынка на период активного замещения устаревших моделей.

Отдел маркетинговой аналитики

**Расширение российского рынка мобильных телефонов возможно!**

Для этого производители, операторы и ритейлеры должны объединить свои усилия в деле расширения рынка и в продвижении идей увеличивающих темп обновления.

Например:

- Следование в ногу с технологиями. «Я – в струе инноваций!», «С этим телефоном Я – в будущем уже сегодня!» и т.п.
- Следование в ногу с модой. «Каждый сезон – обновление стиля!», «Выбери стильный галстук и телефон к нему!» и т.п.
- Владение несколькими телефонами для разных случаев жизни. «У меня есть телефон для этого случая!», «Я экипирован в тему!», «А этот я беру с собой на прогулку в парке!» и т.п. Здесь была бы полезна возможность иметь несколько сим-карт на один входящий номер.
- Помощь близким людям в обновлении телефона. «Подари ему/ей радость обновления!», «Этот подарок всегда напомнит о тебе!», «Часики дарить уже не модно!» И т.п.
- .....

**Расширение российского рынка мобильных телефонов возможно!**

С уважением,  
Директор по стратегическому маркетингу  
Дмитрий Орехов  
[OrehovD@egrad.ru](mailto:OrehovD@egrad.ru)