

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА СМАРТФОНОВ В РОССИИ



Корчагова Лариса Алексеевна,

к. э. н., доцент кафедры маркетинга и рекламы РГГУ (125993, ГСП-3, Москва, Миусская площадь, д. 6)
lakor@rggu.ru



Гнетнева Яна Александровна,

Специалист по маркетингу ООО «ЛГ Электроникс РУС» (125047, Москва, 4-й Лесной пер., д. 4)
y.gnetneva@gmail.com

В статье рассматриваются особенности и тенденции развития рынка высокотехнологичных устройств, таких, как смартфоны. Успех той или иной модели смартфона во многом зависит от того, насколько удачно маркетологи проведут стратегию выведения данного продукта на рынок. Не меньшее значение имеет и оптимальное соотношение характеристик: цены, качества и внешнего вида. Именно такие смартфоны имеют самые большие шансы не только привлечь потребителей, но и улучшить положение компаний-производителей на рынке. Для сохранения конкурентоспособности на рынке фирмам необходимо наличие денежных ресурсов для развития технологий, на поиск и поощрение креативных способностей людей. А поэтому цена на высококачественный товар не может быть низкой, она должна обеспечивать значительную прибыль, которую потом необходимо направлять на исследования, на создание более современных и совершенных устройств, на создание и продвижение новых брендов.

Ключевые слова: инновации; смартфон; рынок высокотехнологичных устройств; концепция товара; динамика развития; конкурентоспособность; продвижение.

В условиях научно-технического прогресса все чаще появляются новые рынки, характеризующиеся высокой степенью технологического развития. К ним относится рынок коммуникационных устройств (а именно, смартфонов), отличающийся особой интенсивностью применения инноваций.

Р.А. Фатхутдинов приводит следующее понятие инновации: инновация означает результат творческой деятельности, направленной на разработку, создание и распространение новых видов изделий, технологий, внедрение новых организационных форм и т. д. [1]

В.Я. Горфинкель выделяет широкое и узкое понятие инновации [2]. Широкое понятие определяет инновацию как результат творче-

ской деятельности в виде новой или усовершенствованной продукции, реализуемой на рынке. С этой точки зрения инновационной для предприятия является любая продукция, которая ранее не была освоена на предприятии и характеризуется рыночной новизной. Под инновациями в узком смысле понимаются такие результаты научных исследований и разработок, которые способны улучшить стоимостные и потребительские характеристики существующей продукции, работ, услуг и стать основой увеличения прибыли для хозяйствующих субъектов, их использующих. Инновации способны удовлетворять меняющиеся общественные потребности и формировать принципиально новые объекты спроса.

Инновационная продукция имеет ряд особенностей:

- 1) уникальность: свойства инновационного продукта необходимо разъяснить потребителям;
- 2) техническая сложность изготовления и, как правило, необходимость обязательного осуществления послепродажного обслуживания фирмой-производителем;
- 3) короткий жизненный цикл;
- 4) высокая стоимость.

Для рынка высокотехнологичных устройств, где скорость обновления продукции особенно высока, характерна проблема продвижения инновационных продуктов, связанная с риском непредсказуемости реакции покупателей. Инновационный продукт может «провалиться» без должной подготовки потребителя,