+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Анализ рынка мобильного контента в России

https://marketpublishers.ru/r/A2C1ED54A3CRU.html
Дата: 22.08.2024
Страниц: 72
Цена: (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: A2C1ED54A3CRU

Описание

На сегодняшний день в России известно около 170 провайдеров, предоставляющих более 1000 наименований услуг, работающих в сетях операторов МТС, Вымпелком, Мегафон, СМАРТС и Скайлинк.

В основном это случайные игроки, не имеющие длительной истории присутствия на рынке, для которых услуги с добавленной стоимостью, как правило, представляют непрофильное направление деятельности. В большинстве своем они способны предоставлять лишь одну услугу. Также весьма многочисленна группа игроков, предоставляющих от 2 до 5 сервисов. Такие фигуранты, как правило, уделяют равное внимание и качеству, и разнообразию своих продуктов, и могут считаться наиболее устойчивой группой игроков рынка. Кроме того, они зачастую ориентированы на работу в определенном сегменте рынка VAS, причем спецификация работы в сегменте зависит, в первую очередь, от типа предоставляемого сервиса, нежели от приоритета сервисных механик.

Большинство услуг основано на сервисе коротких сообщений SMS. Это информационно-справочные и развлекательные услуги (прежде всего, java-игры), сервисы предоставления мультимедийного контента (в последнее время заметна тенденция к его "утяжелению") и викторины, причем последние составляют значительную долю медиа-интегрированных проектов, имеющих, в свою очередь, незначительный объем в общей массе VAS.

Наибольшее долевое присутствие провайдеров обнаруживается в сетях Мегафона (38%) и МТС (28%). Отметим, что более половины всех провайдеров с единичным сервисом (58%) приходится на Мегафон. Распределение услуг с добавленной стоимостью по операторам примерно одинаково, наибольшее их число у операторов "большой тройки" представлено в сети Мегафон, менее всего заявлено в сети Билайн. Согласно исследованию, большинство предложений из категории мобильного общения – чаты (26%), сервисы мобильных знакомств (36%) и форумы (43%) – и мультимедийных услуг (50%) приходится на Мегафон, значительная доля эротических сервисов (56%) и многопользовательских игр

(38%) представлена в сети МТС.

Мегафон также обладает значительной долей услуг на основе технологий WAP и контента на основе Java, а также наибольшей долей медиа-интегрированных проектов по всем типам СМИ, в том числе на телевидении (37%) и радио (36%), незначительно уступая МТС в печатном интерактиве (24% против 26%).

Оценивая ситуацию на российском рынке VAS беспроводной связи в целом, можно сказать, что, несмотря на рост предложения новых услуг и переход на стандарты связи 2,5 и 3G, развитие рынка в значительной мере сдерживается отсутствием законодательных механизмов его регулирования.

Цель исследования

Описать состояние российского рынка мобильного контента.

Задачи исследования:

Дать общую характеристику российского рынка мобильного контента
Осветить текущее состояние предложений на российском рынке услуг с добавленной стоимостью (VAS)
Определить ключевые сервисы, предлагаемые с помощью услуги "короткий номер".
Описать распределение различных видов сервисов, предлагаемых с помощью данной услуги.
Выявить наиболее устойчивые сегменты российского рынка VAS
Определить соответствие этих сегментов используемым технологиям и другим показателям
Дать общую картину состава игроков российского рынка VAS, определить различные их категории и занимаемые доли рынка
Определить состав и характер услуг в зависимости от типа провайдера
Выявить наиболее влиятельных игроков рынка VAS, описать специфику их работы
Дать общую характеристику присутствия VAS в сетях ведущих российских операторов
Определить состав и характер услуг в зависимости от сети каждого из ведущих операторов, в которой они предоставляются
Определить характер присутствия услуг различных провайдеров в сетях каждого из ведущих операторов
Описать особенности ценообразования на рынке в зависимости от типа сервиса, используемой технологии, сети оператора, категории провайдера и других параметров.
Характеризовать присутствие интерактивных и медиа-интегрированных услуг на российском рынке VAS.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Метод сбора данных
Мониторинг ресурсов мобильнго контента в сети Интернет.

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Метод анализа данных

Статистический анализ ресурсов мобильного контента.

Традиционный контент-анализ документов.

Информационная база исследования:

Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.
Ресурсы сети Интернет.
Материалы компаний.
Аналитические обзорные статьи в прессе.
Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
Экспертные оценки.
Интервью с производителями и другими участниками рынка.
Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
Базы данных Discovery Research Group.
Отчет содержит 3 таблицы и 92 диаграммы:

Краткое описание исследования

Готовое маркетинговое исследование российского рынка мобильного контента. Отчет содержит сведения об объеме рынка, темпах роста, тенденциях и перспективах развития и других ключевых показателях.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Содержание

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ:

Таблица 1. Рейтинг преобладания различных типов для сервисов совмещенных типов, позиция в рейтинге
Таблица 2. Рейтинг преобладающих технологий для комплексных решений, позиция в рейтинге
Таблица 3. Общее количество сервисов, коротких номеров и сервисо-номеров в сетях ведущих российских операторов, число

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Список Диаграмм

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Повторяемость коротких номеров и названий сервисов различной кратности, %
Диаграмма 2. Общее распределение сервисов по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 3. Общее соотношение сервисов различного типа, %
Диаграмма 4. Соотношение сервисов комплексных типов, %
Диаграмма 5. Распределение сервисов общения по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 6. Распределение сервисов голосования и викторин по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 7. Распределение игровых сервисов по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 8. Распределение справочно-новостных сервисов по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 9. Распределение мультимедийных сервисов по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 10. Распределение медиа-интегрированных сервисов по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 11. Распределение сервисов мобильного маркетинга по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 12. Общее соотношение сервисных технологий на российском рынке VAS, %
Диаграмма 13. Соотношение сервисов с двойным комплексом технологий, %
Диаграмма 14. Соотношение сервисов с тройным комплексом технологий, %
Диаграмма 15.1. Общее распределение технологий по сервисам различных типов (SMS, MMS, IVR, WAP), %
Диаграмма 15.2. Общее распределение технологий по сервисам различных типов (GPRS/EDGE, JAVA, STK, USSD), %
Диаграмма 16. Распределение сервисов на основе SMS по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 17. Распределение сервисов на основе MMS по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 18. Распределение сервисов на основе IVR по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 19. Распределение сервисов на основе JAVA по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 20. Распределение сервисов на основе WAP по различным ценовым категориям, $/%
Диаграмма 21. Общее соотношение видов медиа-интегрированных проектов, %

Диаграмма 22. Количество провайдеров в каждом виде медиа-интегрированных проектов, число
Диаграмма 23. Доли сервисов различного типа в медиа-интегрированных проектах, %
Диаграмма 24. Доли различных технологий в медиа-интегрированных проектах, %
Диаграмма 25. Распределение медиа-интегрированных проектов по ценовым категориям, $/%
Диаграмма 26. Общее соотношение провайдеров российского рынка VAS с различным числом предложений по сервисам, коротким номерам и сервисо-номерам, число/%
Диаграмма 27. Абсолютное количество провайдеров, задействованных в основных ценовых диапазонах, $/число
Диаграмма 28. Общее количество провайдеров в отдельных ценовых категориях, $/число
Диаграмма 29. Общее количество провайдеров в каждом типе услуг, число
Диаграмма 30.1. Соотношение всех предоставляемых услуг для каждого провайдера, %
Диаграмма 30.2. Соотношение всех предоставляемых услуг для каждого провайдера, %
Диаграмма 31. Общее количество провайдеров, приходящееся на каждую технологию, число
Диаграмма 32. Соотношение всех используемых технологий для каждого провайдера, %
Диаграмма 33. Общее соотношение присутствия провайдеров в сетях ведущих российских операторов (комплексная диаграмма), %
Диаграмма 34. Соотношение операторов по количеству сервисов в каждом из основных диапазонов цен (комплексная диаграмма), %
Диаграмма 35.1. Соотношение операторов по объему сервисов каждого типа (комплексная диаграмма), %
Диаграмма 35.2. Соотношение операторов по объему сервисов каждого типа (комплексная диаграмма), %
Диаграмма 36. Соотношение операторов по объему сервисов на основе каждой технологии (комплексная диаграмма), %
Диаграмма 37. Соотношение операторов по объему медиа-интегрированных сервисов (комплексная диаграмма), %
Диаграмма 38. Соотношение сервисов различного типа в сети МТС, %
Диаграмма 39. Соотношение сервисов на основе каждой технологии в сети МТС, %
Диаграмма 40. Доли медиа-интегрированных проектов от общего объема их присутствия в сети МТС, %
Диаграмма 41. Общее соотношение сервисов из основных ценовых диапазонов в сети МТС, %
Диаграмма 42. Общее соотношение сервисов из различных ценовых категорий в сети МТС, %
Диаграмма 43. Распределение технологий по типам услуг в сети МТС, число
Диаграмма 44. Распределение медиа-интегрированных проектов по типам услуг в сети

МТС, число
Диаграмма 45. Распределение технологий медиа-интегрированных услуг по типам СМИ в сети МТС, число
Диаграмма 46. Распределение сервисов каждого типа по основным ценовым диапазонам в сети МТС, число
Диаграмма 47. Распределение сервисов на основе каждой технологии по основным ценовым диапазонам в сети МТС, число
Диаграмма 48. Распределение медиа-интегрированных сервисов по основным ценовым диапазонам в сети МТС, число
Диаграмма 49. Соотношение сервисов различного типа в сети Билайн, %
Диаграмма 50. Соотношение сервисов на основе каждой технологии в сети Билайн, %
Диаграмма 51. Доли медиа-интегрированных проектов от общего объема их присутствия в сети Билайн, %
Диаграмма 52. Общее соотношение сервисов из основных ценовых диапазонов в сети Билайн, %
Диаграмма 53. Общее соотношение сервисов из различных ценовых категорий в сети Билайн, %
Диаграмма 54. Распределение технологий по типам услуг в сети Билайн, число
Диаграмма 55. Распределение медиа-интегрированных проектов по типам услуг в сети Билайн, число
Диаграмма 56. Распределение технологий медиа-интегрированных услуг по типам СМИ в сети Билайн, число
Диаграмма 57. Распределение сервисов каждого типа по основным ценовым диапазонам в сети Билайн, число
Диаграмма 58. Распределение сервисов на основе каждой технологии по основным ценовым диапазонам в сети Билайн, число
Диаграмма 59. Распределение медиа-интегрированных сервисов по основным ценовым диапазонам в сети Билайн, число
Диаграмма 60. Соотношение сервисов различного типа в сети Мегафон, %
Диаграмма 61. Соотношение сервисов на основе каждой технологии в сети Мегафон, %
Диаграмма 62. Доли медиа-интегрированных проектов от общего объема их присутствия в сети Мегафон, %
Диаграмма 63. Общее соотношение сервисов из основных ценовых диапазонов в сети Мегафон, %
Диаграмма 64. Общее соотношение сервисов из различных ценовых категорий в сети Мегафон, %
Диаграмма 65. Распределение технологий по типам услуг в сети Мегафон, число
Диаграмма 66. Распределение медиа-интегрированных проектов по типам услуг в сети Мегафон, число

Диаграмма 67. Распределение технологий медиа-интегрированных услуг по типам СМИ в сети Мегафон, число
Диаграмма 68. Распределение сервисов каждого типа по основным ценовым диапазонам в сети Мегафон, число
Диаграмма 69. Распределение сервисов на основе каждой технологии по основным ценовым диапазонам в сети Мегафон, число
Диаграмма 70. Распределение медиа-интегрированных сервисов по основным ценовым диапазонам в сети Мегафон, число
Диаграмма 71. Соотношение сервисов различного типа в сети СМАРТС, %
Диаграмма 72. Соотношение сервисов на основе каждой технологии в сети СМАРТС, %
Диаграмма 73. Доли медиа-интегрированных проектов от общего объема их присутствия в сети СМАРТС, %
Диаграмма 74. Общее соотношение сервисов из основных ценовых диапазонов в сети СМАРТС, %
Диаграмма 75. Общее соотношение сервисов из различных ценовых категорий в сети СМАРТС, %
Диаграмма 76. Распределение технологий по типам услуг в сети СМАРТС, число
Диаграмма 77. Распределение медиа-интегрированных проектов по типам услуг в сети СМАРТС, число
Диаграмма 78. Распределение технологий медиа-интегрированных услуг по типам СМИ в сети СМАРТС, число
Диаграмма 79. Распределение сервисов каждого типа по основным ценовым диапазонам в сети СМАРТС, число
Диаграмма 80. Распределение сервисов на основе каждой технологии по основным ценовым диапазонам в сети СМАРТС, число
Диаграмма 81. Распределение медиа-интегрированных сервисов по основным ценовым диапазонам в сети СМАРТС, число
Диаграмма 82. Соотношение сервисов различного типа в сети Скайлинк, %
Диаграмма 83. Соотношение сервисов на основе каждой технологии в сети Скайлинк, %
Диаграмма 84. Доли медиа-интегрированных проектов от общего объема их присутствия в сети Скайлинк, %
Диаграмма 85. Общее соотношение сервисов из основных ценовых диапазонов в сети Скайлинк, %
Диаграмма 86. Общее соотношение сервисов из различных ценовых категорий в сети Скайлинк, %
Диаграмма 87. Распределение технологий по типам услуг в сети Скайлинк, число
Диаграмма 88. Распределение медиа-интегрированных проектов по типам услуг в сети Скайлинк, число
Диаграмма 89. Распределение технологий медиа-интегрированных услуг по типам СМИ в

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

сети Скайлинк, число
Диаграмма 90. Распределение сервисов каждого типа по основным ценовым диапазонам в сети Скайлинк, число
Диаграмма 91. Распределение сервисов на основе каждой технологии по основным ценовым диапазонам в сети Скайлинк, число
Диаграмма 92. Распределение медиа-интегрированных сервисов по основным ценовым диапазонам в сети Скайлинк, число

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Название: Анализ рынка мобильного контента в России

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/A2C1ED54A3CRU.html

Цена: Цена по запросу

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:
info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:
https://marketpublishers.ru/r/A2C1ED54A3CRU.html