

Российский рынок сотовой связи 2012



5
КОНТИНЕНТОВ

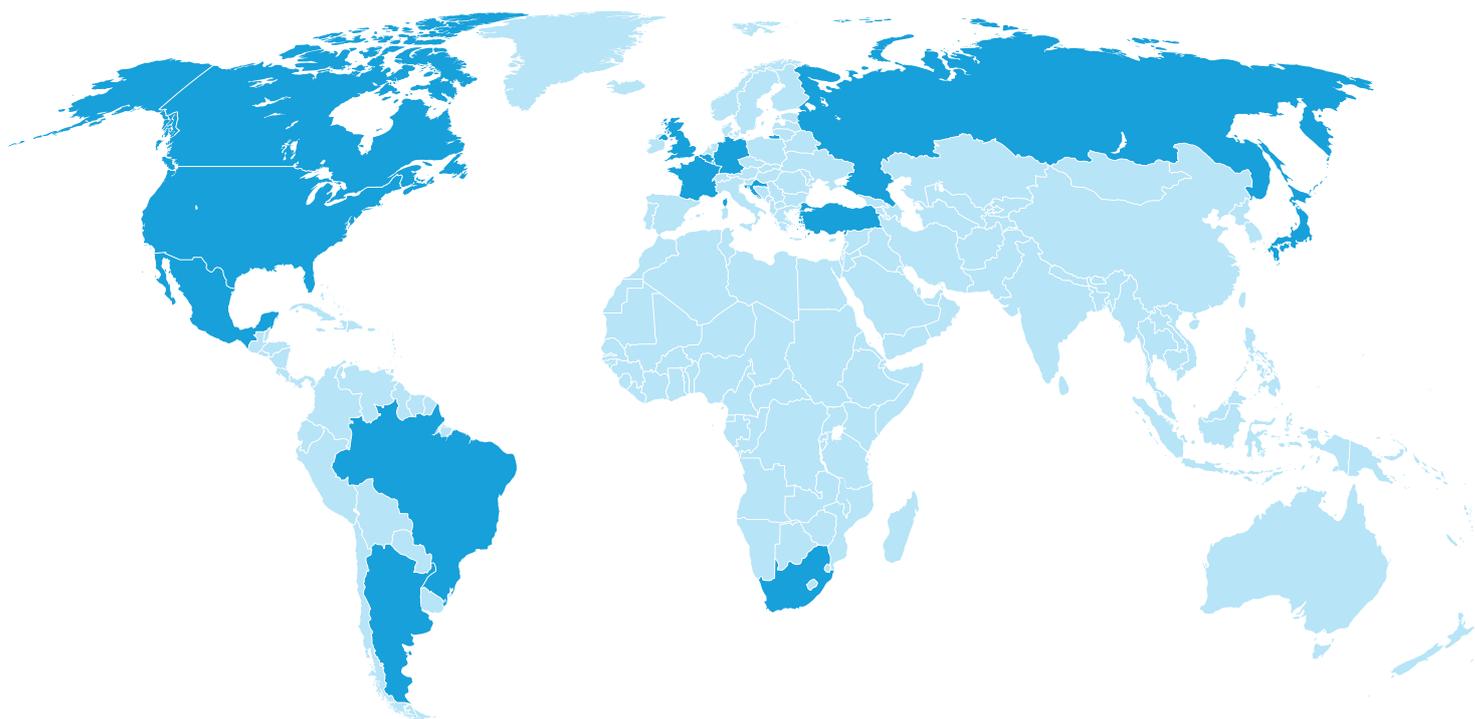
Профиль типичного
абонента

15
стран

Популярные устройства
и приложения

26,960
респондентов

Предпочтения и
ожидания потребителей



Предисловие

Не будет преувеличением сказать, что мы живем в век мобильных технологий. Если еще 20 лет назад сотовый телефон имел размер небольшого чемодана, то сейчас нас уже не удивляют устройства, встроенные в наручные часы или очки. Портативность стала одним из главных достижений современной микроэлектроники и промышленного дизайна. Сегодня в России средний потребитель обладает более чем 4 различными портативными устройствами – ноутбуком, телефоном, DVD/MP3-плеером, планшетом, цифровой камерой и пр. Функциональность этих устройств постоянно расширяется, и все они постепенно приобретают новые коммуникационные возможности, а именно – дают возможность выхода в Интернет и обмена информацией посредством мобильных технологий, Wi-Fi, Bluetooth и NFC.

В этом году «Делойт» включил Россию в свое ежегодное исследование потребительских предпочтений в сфере мобильных коммуникаций. Из 27 тысяч опрошенных по всему миру людей 2 тыс. – российские потребители*. Несмотря на то, что методология проведенного исследования позволяет сделать вывод, что он репрезентативен в полной мере только для городского населения РФ, его результаты, по нашему мнению, дают бизнесу достаточно пищи для размышления.

Полученные в рамках исследования данные позволяют понять, как именно современный человек склонен пользоваться всем многообразием доступных ему гаджетов, какие бренды он предпочитает и почему, что ему нравится в оказываемых операторами услугах, а что ему хотелось бы изменить. Мы убеждены, что широкая сфера применения портативных устройств сделает результаты опроса интересными не только для сотовых операторов и дистрибьюторов электроники, но и для представителей тех секторов экономики, куда активно интегрируются телекоммуникационные технологии – финансовый сектор, ретейл, медийный бизнес, e-commerce и даже государственный сектор. Мы надеемся, что Вы с интересом ознакомитесь с результатами нашего исследования и примете участие в дальнейших дискуссиях на эту тему.

* Онлайн-опрос пользователей услуг сотовой связи проводился международным объединением фирм «Делойт» в мае–июне 2012 г. в 15 странах, общее число участников составило 26 960 человек. Репрезентативной в масштабах страны является выборка для Бельгии, Великобритании, Германии, Канады, США, Финляндии, Франции и Японии. Выборка для Аргентины, Бразилии, Мексики, России, Турции, Хорватии и ЮАР является репрезентативной в большей степени для работающих городских жителей. Количество респондентов составило не менее 2 тыс. человек в каждой стране, за исключением Бельгии, Финляндии, Хорватии и Турции (1 тыс. жителей). Вопросы для исследования были разработаны сотрудниками «Делойта» при участии телекоммуникационных компаний (отраслевых объединений, сотовых операторов, производителей мобильных телефонов, регулирующих органов, инвестбанков, аналитиков и разработчиков ПО). Международное онлайн-исследование проводилось при участии компании YouGov.



Ольга Табакова

Партнер и руководитель Группы по предоставлению услуг компаниям отрасли высоких технологий, телекоммуникаций, развлечений и СМИ в СНГ



Антон Шульга

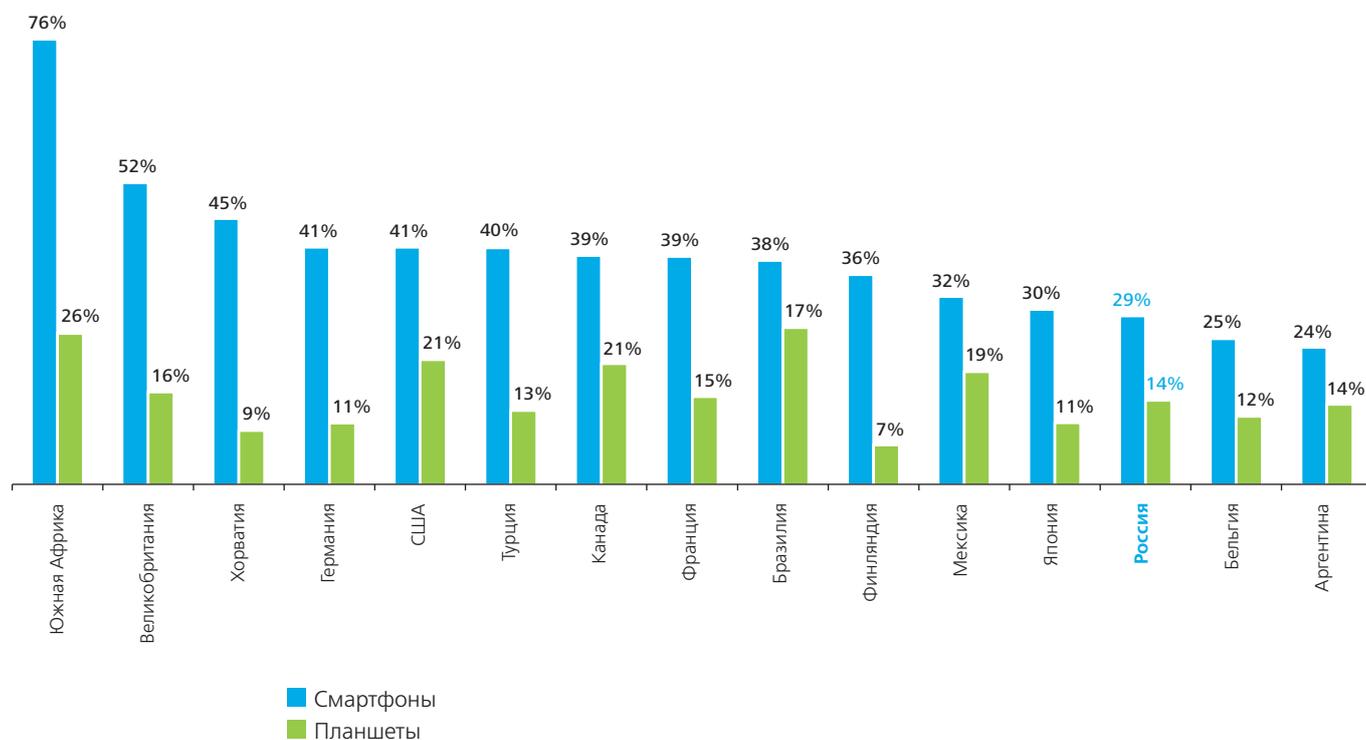
Партнер и руководитель Группы по предоставлению услуг компаниям отрасли телекоммуникаций в СНГ

Проникновение планшетов – 14%, смартфонов – 29%

Наше исследование показывает, что по уровню насыщенности рынка планшетами РФ не уступает западным странам. Данный факт может служить одним из свидетельств того, что планшеты стали новой продуктовой нишей и хорошо

представлены в разных ценовых сегментах, в то время как смартфоны являются лишь заменителем обычных телефонов и не могут пока конкурировать с ними по стоимости.

Проникновение мобильных устройств



43% портативных устройств используются для выхода в Интернет

Интернет-активность российских пользователей находится на сопоставимом с прочими странами уровне.

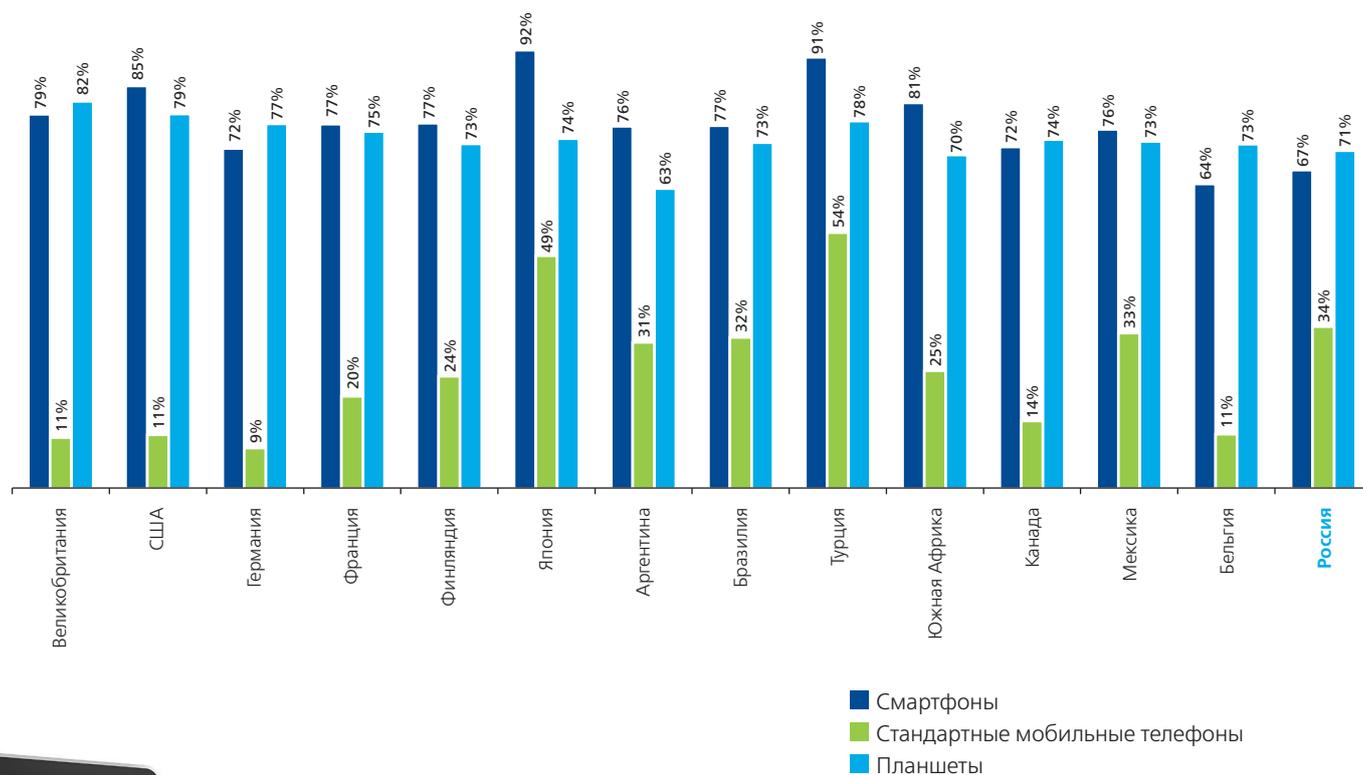
Интересно отметить, что такая ситуация обуславливается сочетанием двух, по сути, компенсирующих друг друга факторов:

- высокой интернет-активности пользователей обычных мобильных телефонов и

- относительно низкого проникновения смартфонов, пользователи которых обычно намного активнее, чем обладатели стандартных телефонов (67% абонентов против 34% выходят в Интернет с их помощью).

Увеличение доли смартфонов в будущем может способствовать росту как ARPU от услуг мобильного Интернета, так и выручки от VAS мобильных операторов в целом.

Интернет-активность пользователей



Осведомленность абонентов об услугах 4G в РФ находится на высоком уровне

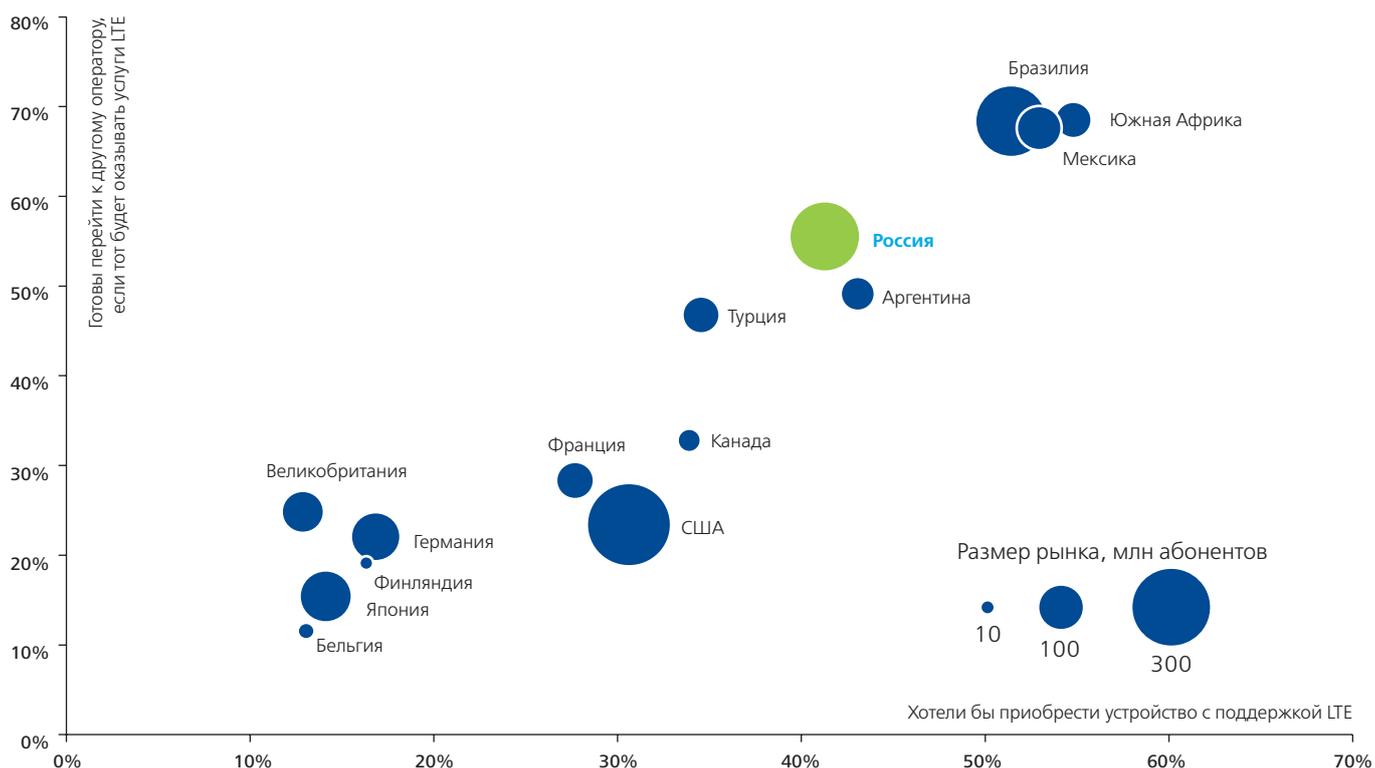
52% респондентов в РФ готовы сменить оператора в течение года, если новый предложит им услуги на базе LTE. В Западной Европе и США количество респондентов, готовых к смене оператора из-за 4G, ниже – от 10 до 30%. Данная особенность может быть связана как с наличием долгосрочных контрактов на Западе, «привязывающих» абонентов к оператору, так и с отличной осведомленностью об услуге 4G в России.

Ситуацию в РФ можно объяснить как активной позицией Минсвязи (в середине 2012 г. пять операторов получили право на развертывание сетей LTE в диапазоне 2600 и 800 МГц), так и деятельностью операторов (Yota, МегаФон и МТС по состоянию на ноябрь 2012 г. уже интенсивно продвигают новые продукты).

Мы полагаем, что инновационность услуг и технологическое преимущество сетей будут активно использоваться операторами для удержания/наращивания занимаемой доли рынка, на фоне отсутствия прочих явно выраженных различий между услугами в глазах абонента.

Привлекательность LTE для абонентов РФ подтверждается также структурой спроса на телефоны – наши абоненты демонстрируют наибольший интерес к телефонам с модулем 4G, по сравнению с прочими странами в нашей выборке. Признание абонентами преимуществ мобильного Интернета и присутствие на рынке относительно доступных высококачественных аппаратов будут способствовать быстрому развитию LTE в России в 2013 г.

Отношение абонентов к LTE



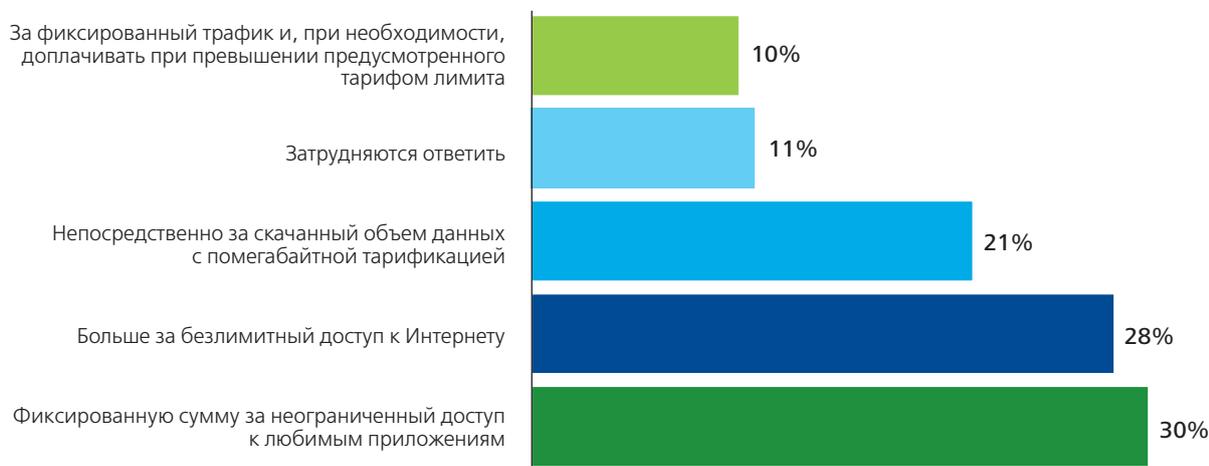
Безлимитные интернет-тарифы – лидеры потребительских предпочтений

28% респондентов ответили, что готовы доплачивать за получение безлимитного доступа в Интернет. Интересно, что, несмотря на широкое распространение квазибезлимитных тарифов/опций (со значительным лимитом, обычно в несколько Гб, при достижении которого скорость соединения падает до минимума), около половины пользователей услуги полагают, что они имеют помегабайтную тарификацию. Только 42% опрошенных считают, что их тарифный план не ограничен в объеме трафика. Рост активности абонентов в Интернете может привести к увеличению нагрузки на мобильную сеть и, как следствие, к снижению

качества связи, что потребует дополнительных инвестиций в увеличение емкости сети.

Другой привлекательной для абонентов тарифной опцией может оказаться предоставление безлимитного доступа к заранее определенным приложениям. Интерес к ней продемонстрировали 30% пользователей мобильного Интернета. Наибольшей популярностью у российских абонентов (более 40% опрошенных) пользуются доступ к электронной почте, популярные социальные сети и VoIP-приложения.

Российские абоненты предпочитают платить

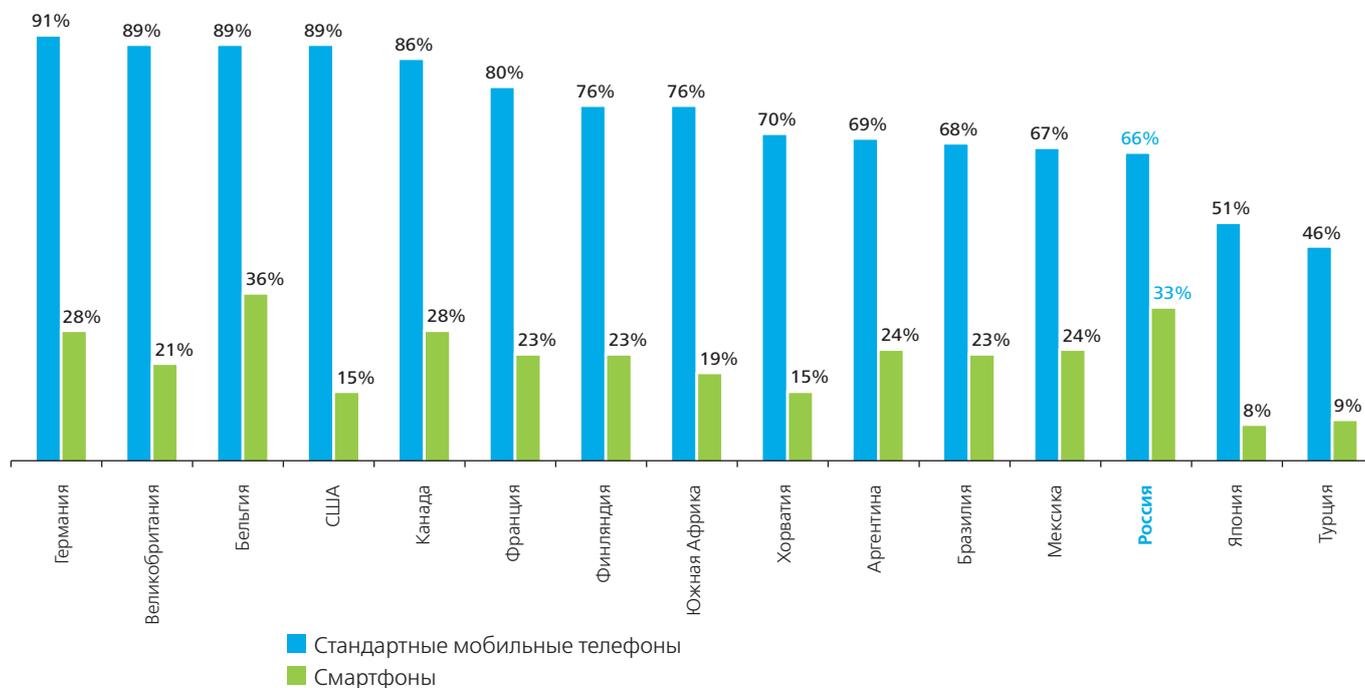


Треть обладателей смартфонов не пользуются ими для выхода в Интернет

Как отмечалось, наблюдаемый нами уровень интернет-активности пользователей смартфонов гораздо выше, чем у владельцев обычных сотовых телефонов (67% против 34%). Прослеживается и явная зависимость использования смартфонов от возрастной группы респондентов – наибольшую активность демонстрирует молодежь, тогда как люди старшего возраста по-прежнему отдают предпочтение традиционным телефонным устройствам. Между тем треть пользователей смартфонов еще не в полной мере использует функционал «умных» телефонов. Этот показатель

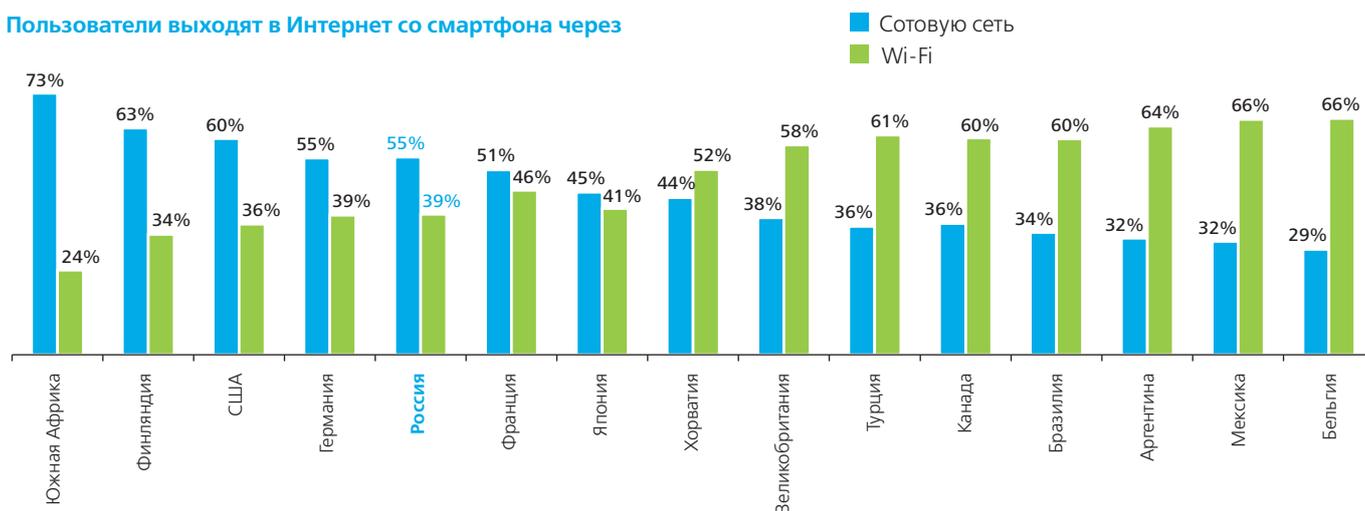
в РФ один из худших среди рассмотренных стран. В то же время оптимизма добавляет тот факт, что обладатели обычных телефонов, наоборот, занимают заметно более активную позицию, по сравнению с остальным миром. В силу того, что смартфоны становятся все более доступными, мы ожидаем, что следующая волна потребителей, которые сегодня не могут позволить себе подобный аппарат, будут наиболее полно использовать функционал своих будущих устройств, поскольку уже сегодня осознают преимущества мобильного Интернета.

Абоненты, не использующие телефоны для выхода в Интернет

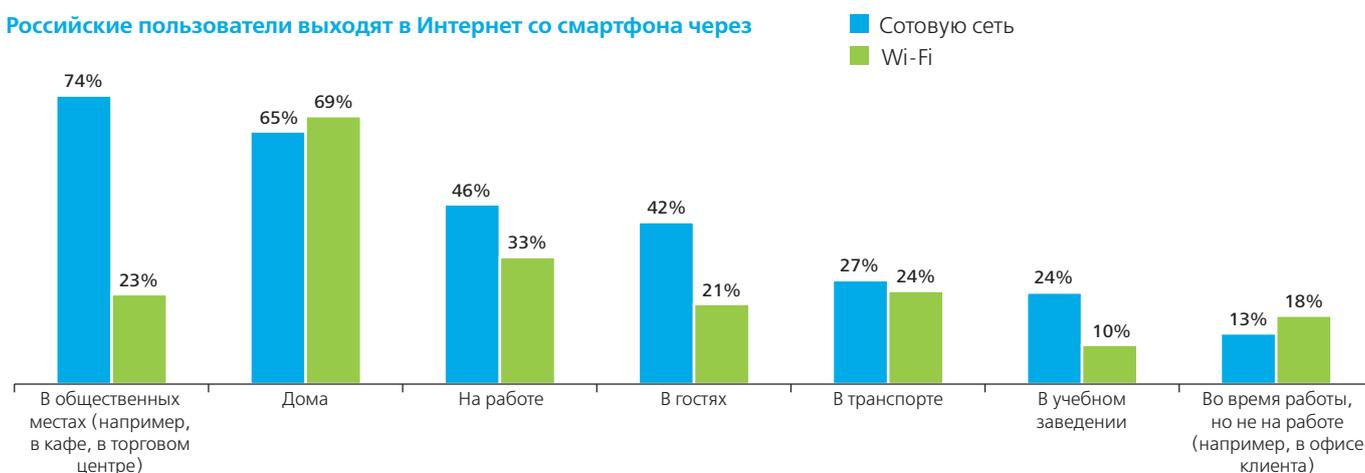


Использование Wi-Fi для выхода в Интернет в РФ ниже, чем в других странах

Пользователи выходят в Интернет со смартфона через



Российские пользователи выходят в Интернет со смартфона через



Доля абонентов, не пользующихся Wi-Fi, среди опрошенных варьирует от 30–40 (смартфоны и планшеты) до 65% (обычные телефоны), а использование Wi-Fi осуществляется преимущественно в публичных местах, тогда как на западе превалирует использование дома. Одновременно наш опрос показал, что абоненты в РФ охотно пользуются сотовой сетью в домашних условиях. В целом наше исследование свидетельствует, что в РФ интенсивность использования абонентами мобильных сетей для выхода в Интернет находится на очень высоком уровне (2-е место после Южной Африки среди стран в нашей выборке). Аналогичная ситуация отмечается в сегменте ноутбуков – только 43% устройств используют Wi-Fi-присоединение (минимум

в выборке после Японии) и 19% – сотовую сеть (максимум в выборке после Финляндии).

Такая ситуация, наряду с ростом трафика, с одной стороны благоприятна для операторов, а с другой – может привести к существенным затратам на создание инфраструктуры, окупаемость которой оказывается под давлением растущей конкуренции в сегменте data-услуг. Мы наблюдаем увеличение интереса операторов к проектам Wi-Fi Bypass, а также тенденцию к внедрению лимитированных тарифных планов – в качестве реакции на этот тренд. Операторы по всему миру активно инвестируют в расширение сети Wi-Fi-точек в общественных местах в дополнение к имеющейся сотовой сети.

Владельцы планшетов в РФ предпочитают 3G-совместимые модели

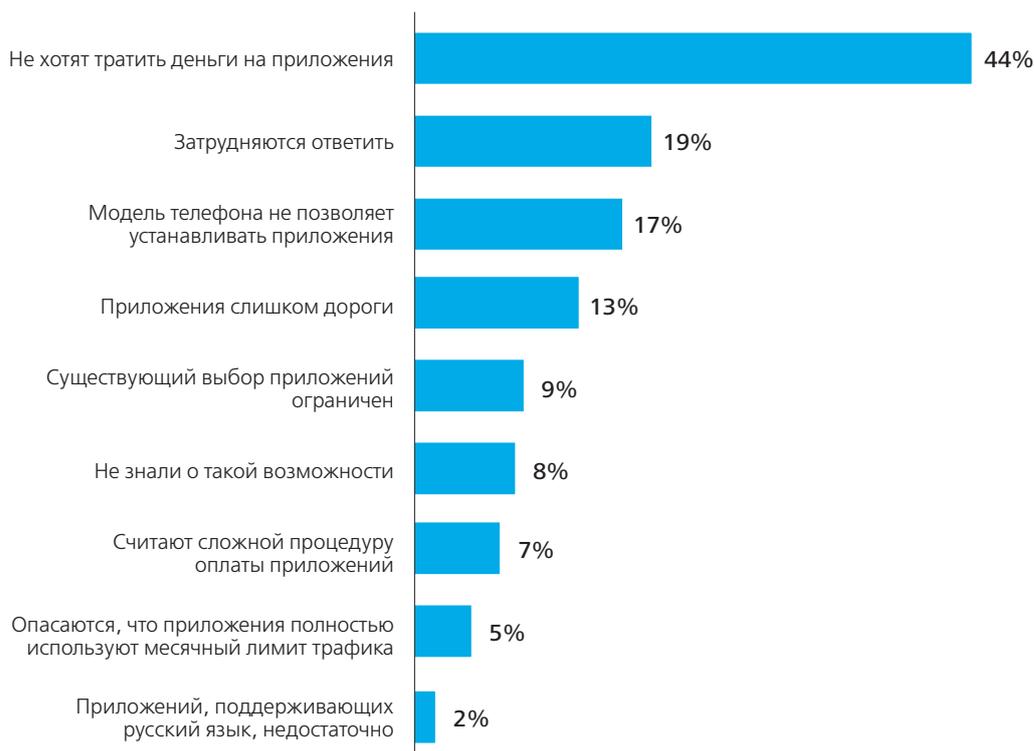
Несмотря на то, что общее проникновение планшетов в РФ (14%) сопоставимо с остальными развивающимися странами в нашей выборке и (в отличие от развитых стран) продолжает расти из года в год, портрет типичного пользователя устройства имеет существенные отличия:

- Владельцы планшетов предпочитают модели, оснащенные 3G-модулем (второй результат в выборке после Южной Африки): такие устройства выбрали 66% опрошенных.
- Соответственно, в РФ отмечается наиболее высокая интенсивность использования мобильной сети из всех стран в нашем опросе (36% от числа респондентов, использующих планшет для выхода в Интернет).
- Российские абоненты склонны максимально использовать функционал, предоставляемый планшетом пользователю, – они демонстрируют самую высокую осведомленность о наличии тех или иных функций и чаще всех ими пользуются (высшие показатели по выборке стран).

- Несмотря на хорошую осведомленность – о чем говорит тот факт, что базовым функционалом планшетов пользуются всего около 41% респондентов, что лучше показателей прочих стран (в среднем 51%), – пользователи планшетов не склонны идти на дополнительные траты. Основная причина отказа от использования всей доступной экосистемы приложений состоит в нежелании тратить на них деньги (это касается как самих программ, так и необходимого для них трафика).

Мы полагаем, что в целом такая ситуация должна благоприятствовать созданию операторами своей экосистемы программ для планшетов, стоимость пользования которыми будет учтена в тарифных планах абонентов.

Российские абоненты не скачивают приложения, потому что



40% абонентов, купивших планшет, стали реже пользоваться ноутбуком

Как показало исследование, пока рано говорить, что планшет может стать полноценной заменой ноутбуку. Из числа респондентов – владельцев и ноутбука, и планшета одновременно – только 7% признались, что с появлением у них планшета практически перестали использовать свой ноутбук, а 33% стали использовать его реже. На остальных приобретение планшета

не оказало такого влияния, а 12% даже пришли к выводу, что стали чаще использовать ноутбук. Тем не менее мы полагаем, что границы между данными устройствами могут постепенно стираться, поскольку все большее число моделей ноутбуков оснащено отделяемыми сенсорными экранами, которые могут использоваться отдельно – в качестве планшетов.

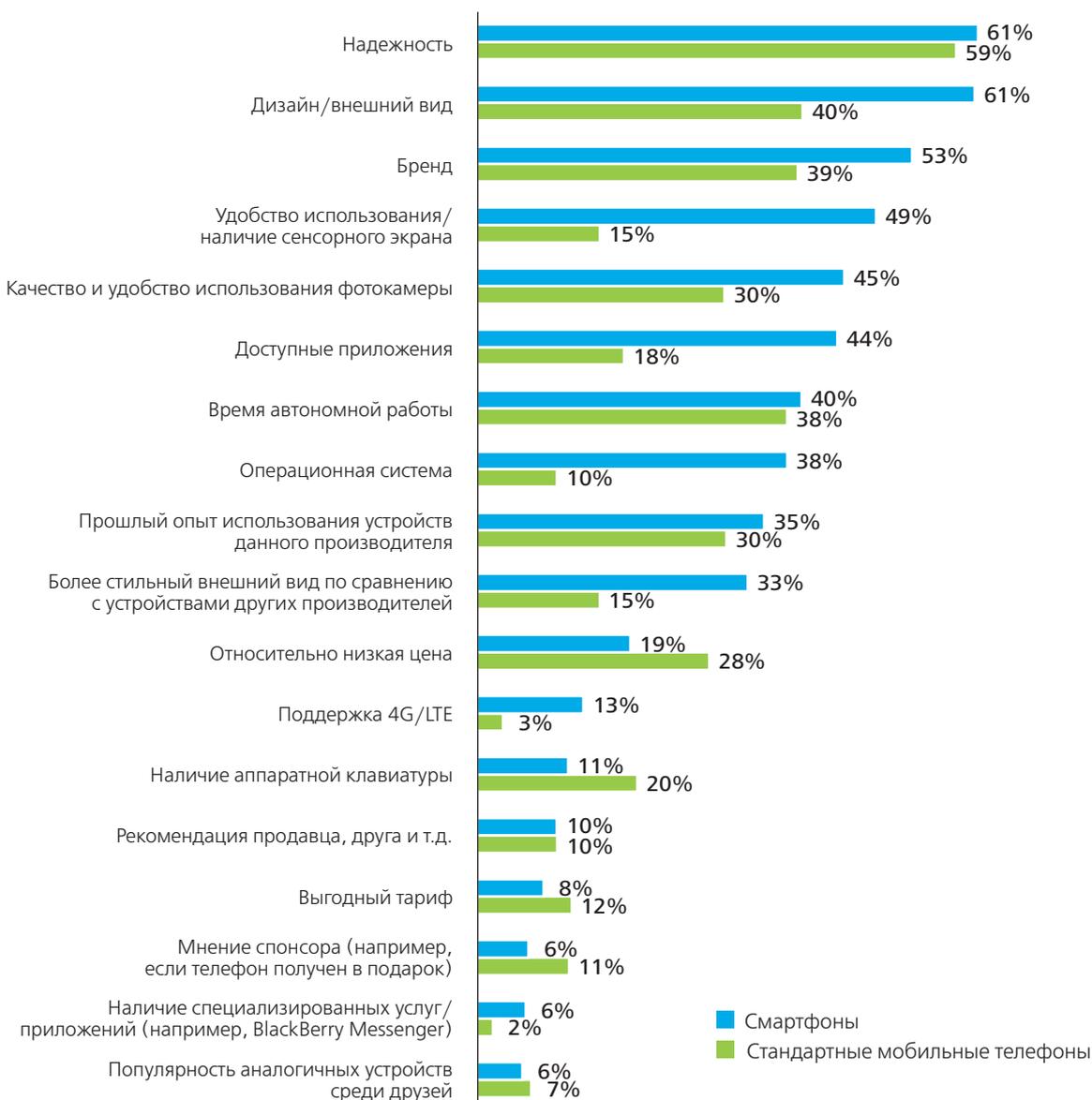


«Надежный и красивый» – таким видят идеальный телефон большинство россиян

Качество экрана, разрешение камеры, операционная система, доступный набор приложений – данные характеристики, как показывает наше исследование, являются определяющими при выборе смартфона потребителями. Покупатели обычных телефонов, напротив, ориентируются скорее на их стоимость. При этом обе группы абонентов мобильных устройств самыми важными факторами при

выборе аппарата считают его надежность, дизайн, а также бренд производителя (более половины опрошенных). Интересно, что менее 10% опрошенных склонны ориентироваться на рекомендации друзей или модели телефонов, популярные среди их окружения. Для 35% одним из определяющих факторов является использование аппарата данного производителя в прошлом.

На первом месте при выборе устройства в России

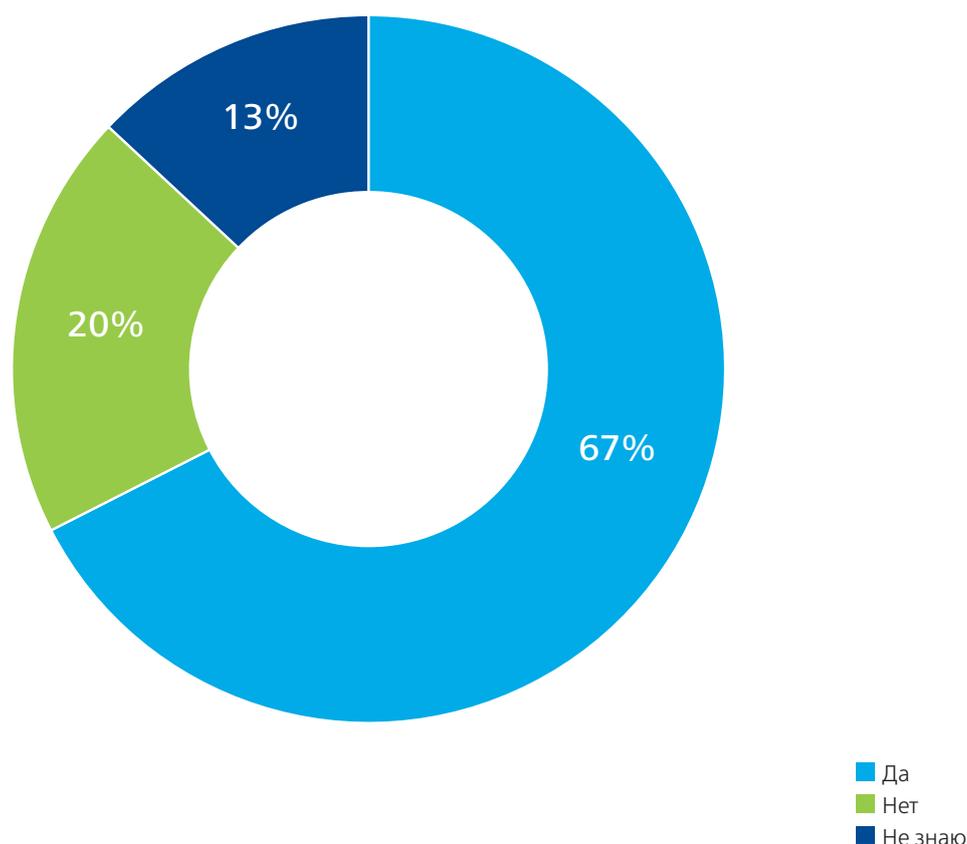


Треть респондентов была шокирована размером телефонного счета хотя бы раз за последние 12 месяцев

Основной причиной, как нетрудно догадаться, стали услуги в роуминге. Неудивительно, что операторы в последнее время работали над улучшением системы оповещения абонентов о нахождении в роуминге и действующих в нем тарифах. Другой причиной роста расходов на телефон, по сравнению с ожиданиями респондентов, стало превышение

выговоренных минут или трафика над лимитом, предусмотренным тарифным планом. Наше исследование показывает, что две трети опрошенных выразили заинтересованность в услуге, позволившей бы им зафиксировать максимальный лимит их месячного расхода на услуги сотовой связи.

Российские абоненты хотели бы использовать услугу, позволяющую устанавливать лимит ежемесячных расходов на связь

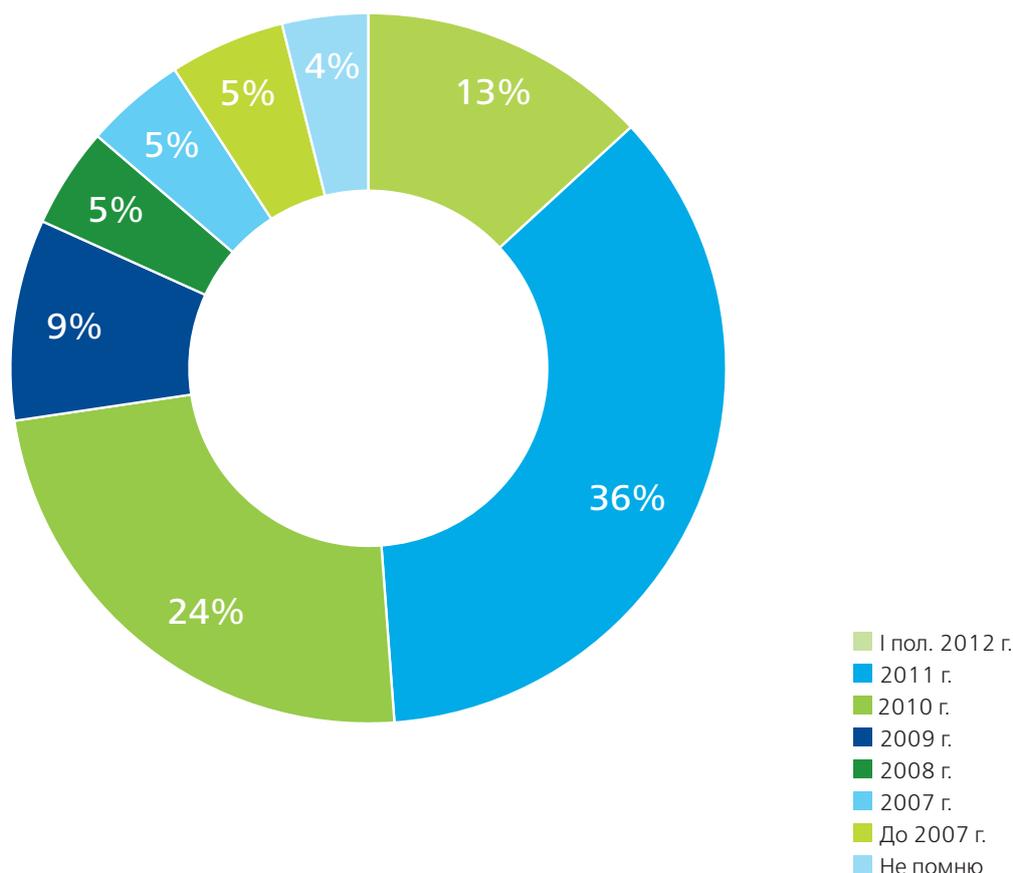


Средний возраст телефона в РФ не превышает 3 лет

73% респондентов купили свой телефон в течение последних трех лет, что в целом соответствует показателям остальных стран в нашей выборке (79%). Эти данные совпадают с оценками агентства J'Son & Partners по РФ

на 2011 г., согласно которым «оборачиваемость» одного телефона составила 2,4 года («Estimation of Telecommunication and Media Retail market in Russia and CIS», January 2011).

Российские абоненты используют телефоны, купленные в

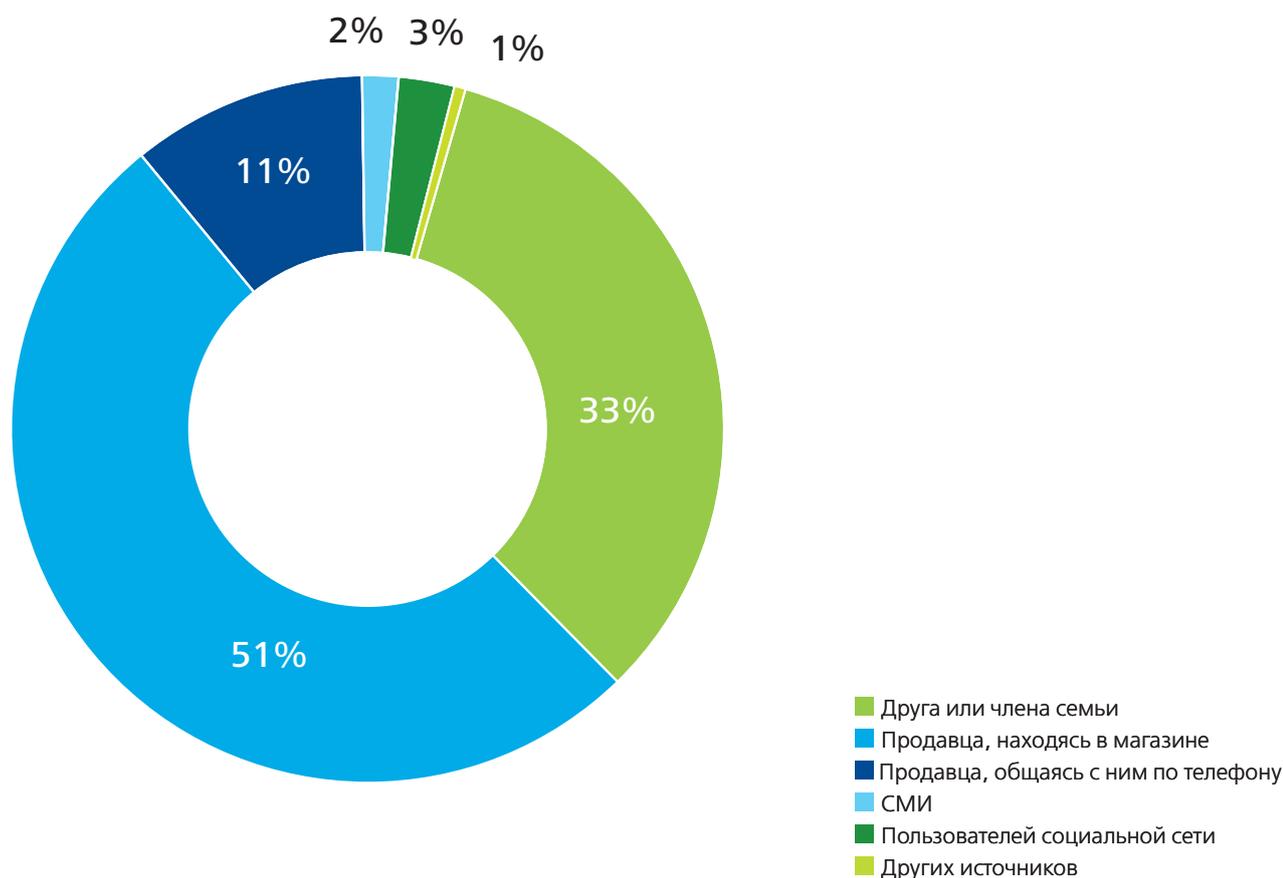


Консультанты розничных сетей влияют на мнение 51% покупателей, нуждающихся в рекомендациях при выборе нового телефона

Несмотря на то, что доля нуждающихся в рекомендациях людей находится на уровне, сопоставимом с остальными странами (10%), влияние консультантов в ретейле у нас оказалось самым высоким по выборке. Мы полагаем, что данный факт обусловлен высокой долей офлайн-продаж в России, а также особенностями психологии нашего покупателя. Так, по мнению

клиента «Делойта» – крупнейшего сотового ретейлера, большую роль в розничных продажах играет личный контакт с продавцом: если устройство при использовании не будет соответствовать обещанным характеристикам, покупателю удобнее вернуть телефон человеку, который его продал.

При выборе телефона российские покупатели, как правило, прислушиваются к совету

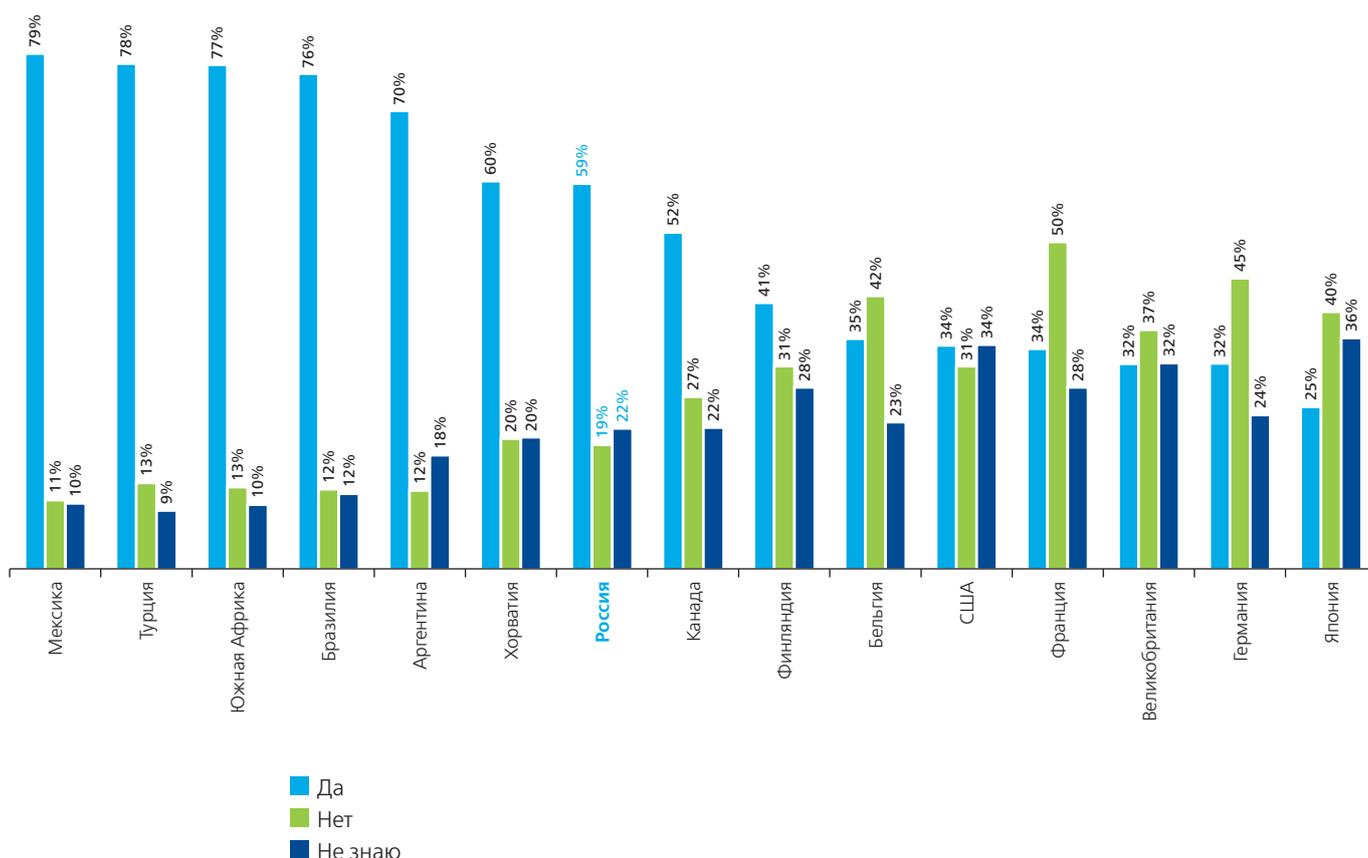


Интенсивность использования VAS российскими абонентами соответствует статистике развивающихся стран в нашей выборке...

...и существенно опережает показатели развитых стран. Наш опрос показывает, что жители стран с развивающейся экономикой не только активно пользуются широким спектром дополнительных услуг, доступных в современной сотовой сети (IMs, видеозвонки, VoIP), но и гораздо более склонны тратить на это деньги. Только 27% интернет-пользователей РФ считают нецелесообразным платить за эти услуги

(по разным причинам) – в то время как среднее значение по развитым странам из нашей выборки составило 51%. По нашему мнению, тот факт, что абонентам РФ интересны предложения дополнительных услуг операторов, которые не вызовут рост оплачиваемого трафика, отражает благоприятную возможность для продвижения операторами собственной экосистемы приложений и сервисов.

Готовы скачивать больше приложений, если бы их трафик не тарифицировался



Всего 28% абонентов в РФ поменяли оператора за последние три года...

...что несущественно отличается от среднего по остальным странам в выборке. Такой результат нашего исследования частично проливает свет на природу высоких показателей оттока абонентов, характерных для нашего рынка (в 2011 г. – 40–63% по основным операторам). Мы склонны трактовать наши наблюдения следующим образом: с одной стороны, на рынке присутствуют сегменты абонентов, склонных (по разным причинам) с большой частотой перезаключать контракты (до последнего времени этому немало способствовали сотовые дилеры), что чрезмерно «раздувает» средние показатели оттока. С другой стороны, существует вероятность того, что многие абоненты приобрели новый

контракт у своего оператора. Мы полагаем, что гармонизация условий работы с дилерами и сосредоточение операторов на программах лояльности могут помочь последним существенно сэкономить на новых подключениях в будущем.

Наше исследование показывает, что ценовые параметры «голосовых» тарифных планов и качество «голоса» в сети остаются наиболее значимыми критериями при смене оператора владельцем обычного телефона. Однако с ростом доли смартфонов следует ожидать увеличения влияния таких же факторов и в услугах по передаче данных (эти параметры входят в Топ-3 для владельцев смартфонов).

Среди основных причин смены оператора в России



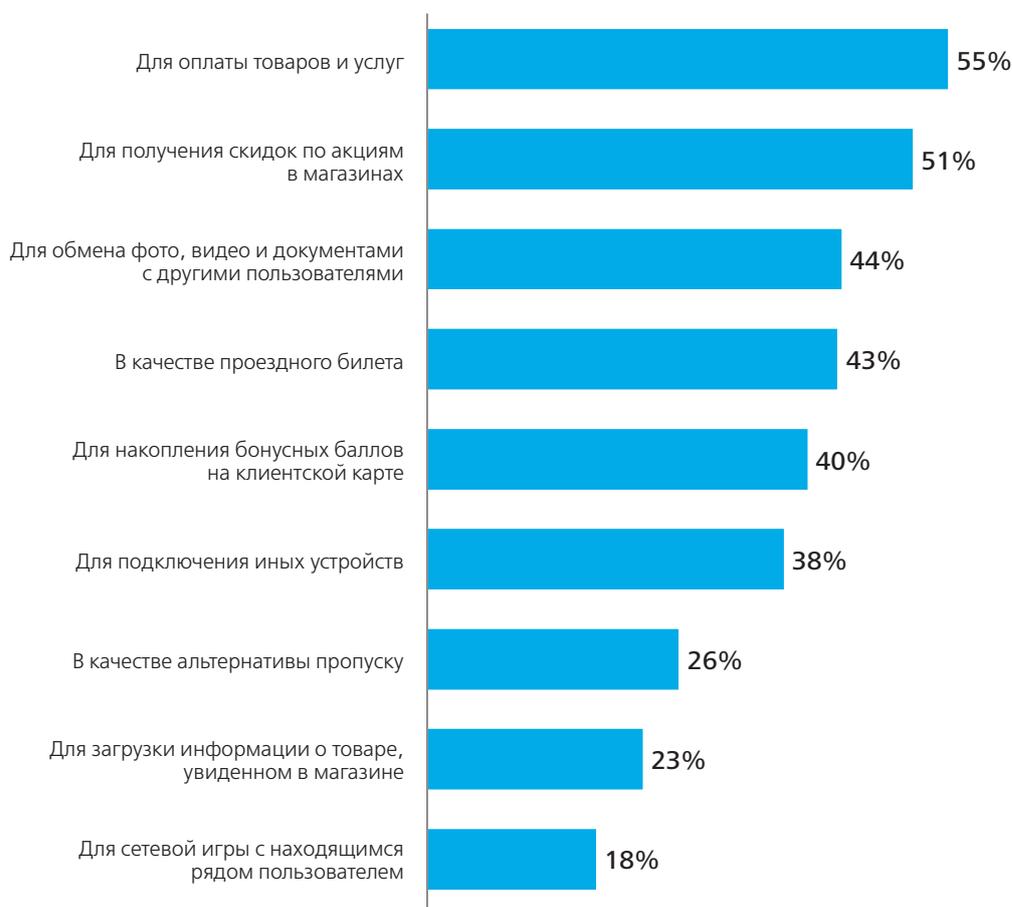
Треть абонентов в РФ готова совершать покупки с помощью телефона

Согласно нашему опросу, готовность абонентов к внедрению подобной услуги российскими операторами высока:

- 30% абонентов уверены, что их следующий телефон будет поддерживать NFC;
- Еще 41% абонентов заинтересован в наличии NFC-модуля в своем следующем телефоне;
- Более 50% из них готовы использовать телефон для оплаты товаров и услуг, а также для участия в программах лояльности.

Интересно отметить, что ситуация в РФ характерна и для остальных стран с развивающейся экономикой в нашей выборке. Абоненты этих стран в среднем в два раза более склонны использовать телефон для оплаты по NFC-технологии, чем жители развитых стран, что может отчасти объясняться степенью распространения альтернативных платежных инструментов (банковские карты). В сложившихся обстоятельствах российские абоненты имеют все предпосылки для комфортного перехода к использованию NFC-технологии в обход карточных продуктов.

Российские абоненты готовы использовать устройства с поддержкой NFC



Контакты

Великобритания

Джюлион Баркер

Управляющий партнер и руководитель международной Группы по предоставлению услуг компаниям в сфере высоких технологий, телекоммуникаций, развлечений и СМИ, «Делойт Туш Томацу»
+44 20 7007 18 18
jrbarker@deloitte.co.uk

Пол Ли

Руководитель Исследовательского центра «Делойта»
+44 20 7303 0197
paullee@deloitte.co.uk

СНГ и Россия

Ольга Табакова

Партнер и руководитель Группы по предоставлению услуг компаниям отрасли высоких технологий, телекоммуникаций, развлечений и СМИ в СНГ, Департамент аудита
+7 (495) 787 0663
otabakova@deloitte.ru

Антон Шульга

Партнер и руководитель Группы по предоставлению услуг компаниям отрасли телекоммуникаций в СНГ, Департамент корпоративных финансов
+7 (495) 580 9710
ashulga@deloitte.ru

Владимир Козырев

Директор,
Департамент аудита
+7 (495) 787 06 00, доб. 3447
vkozyrev@deloitte.ru

Ксения Черменская

Старший менеджер,
Департамент корпоративных финансов
+7 (495) 787 06 00, доб. 2008
kchermenskaya@deloitte.ru

Дамир Хусаинов

Старший менеджер,
Департамент аудита
+7 (495) 787 06 00, доб. 3185
dkhousainov@deloitte.ru

Наши офисы

Наши офисы в СНГ

Россия

Москва

ул. Лесная, д. 5
Москва, 125047
Россия
Тел.: +7 (495) 787 06 00
Факс: +7 (495) 787 06 01

Санкт-Петербург

Деловой центр «Густаф»
Средний пр-т, д. 36/40, лит. К
Санкт-Петербург, 199004
Россия
Тел.: +7 (812) 703 71 06
Факс: +7 (812) 703 71 07

Уфа

Деловой центр
«Александровский пассаж»
ул. Карла Маркса, д. 20
Уфа, 450077, Россия
Тел.: +7 (347) 226 72 92
Факс: +7 (347) 226 72 93

Южно-Сахалинск

Деловой центр «Сфера»
ул. Чехова, д. 78
Южно-Сахалинск, 693000
Россия
Тел.: +7 (4242) 46 30 55
Факс: +7 (4242) 46 30 56

Азербайджан

Баку

Деловой центр «Ландмарк III»
ул. Низами, д. 96, 8-й этаж
Баку, AZ1010
Азербайджан
Тел.: +994 (12) 598 29 70
Факс: +994 (12) 598 29 75

Беларусь

Минск

ул. Короля, 51
Минск, 220004
Беларусь
Тел.: +375 (17) 200 03 53
Факс: +375 (17) 200 04 14

Грузия

Тбилиси

ул. Ладо Асатиани, 36А
Тбилиси, 0105
Грузия
Тел.: +995 (32) 24 45 66
Факс: +995 (32) 24 45 69

Украина

Киев

Деловой центр «Делойта»
ул. Жиланская, д. 48-50А
Киев, 01033
Украина
Тел.: +38 (044) 490 90 00
Факс: +38 (044) 490 90 01

Казахстан

Актау

Гостиница «Renaissance Aktau
Hotel», 9 мкр-н, 1-й этаж
Актау, 130000
Республика Казахстан
Тел.: +7 (7292) 30 06 84/88
Факс: +7 (7292) 30 06 82

Алматы

Финансовый центр г. Алматы,
пр-т Аль Фараби, д. 36, стр. Б
Алматы, 050059
Республика Казахстан
Тел.: +7 (727) 258 13 40
Факс: +7 (727) 258 13 41

Астана

Деловой центр «ABS Center»
мкр-н Самал, д. 12,
офисы 6–11, 11-й этаж
Астана, 010000
Республика Казахстан
Тел.: +7 (7172) 58 04 80/81;
58 03 90; 59 14 10/11
Факс: +7 (7172) 58 03 90

Атырау

Гостиница
«Renaissance Atyrau Hotel»
ул. Сатпаева, д. 15Б,
Атырау, 060011
Республика Казахстан
Тел.: +7 (7122) 58 62 40/42
Факс: +7 (7122) 58 62 41

Кыргызстан

Бишкек

пр-т Манаса, д. 40
Бишкек, 720001
Кыргызская Республика
Тел.: +996 (312) 61 29 99
Факс: +996 (312) 61 09 90

Таджикистан

Душанбе

пр-т Рудаки, д. 110, кв. 10
Душанбе, 734003
Республика Таджикистан
Тел.: +992 (37) 224 40 52

Узбекистан

Ташкент

Деловой центр «Инконель»
пр-т Мустакиллик, д. 75
Ташкент, 100000
Республика Узбекистан
Тел.: +998 (71) 120 44 45/46
Факс: +998 (71) 120 44 47

Туркменистан

Ашхабад

пр-т Туркменбаши, д. 54
Ашхабад, 744017
Туркменистан
Тел.: +993 (12) 45 83 19

«Делойт» предоставляет услуги в области аудита, налогообложения, управленческого и финансового консультирования государственным и частным компаниям, работающим в различных отраслях промышленности. «Делойт» — международная сеть компаний, которые используют свои обширные отраслевые знания и многолетний опыт практической работы при обслуживании клиентов в любых сферах деятельности более чем в 150 странах мира. Около 200,000 специалистов «Делойта» по всему миру привержены идеям достижения совершенства в предоставлении профессиональных услуг своим клиентам.

Сотрудники «Делойта» объединены особой культурой сотрудничества, которая в сочетании с преимуществами культурного разнообразия направлена на развитие высоких моральных качеств и командного духа и повышает ценность наших услуг для клиентов и рынков. Большое внимание «Делойт» уделяет постоянному обучению своих сотрудников, получению ими опыта практической работы и предоставлению возможностей карьерного роста. Специалисты «Делойта» способствуют укреплению корпоративной ответственности, повышению общественного доверия к компаниям объединения и созданию благоприятной атмосферы в обществе.

Наименование «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед», частную компанию с ответственностью участников в гарантированных ими пределах, зарегистрированную в соответствии с законодательством Великобритании; каждое такое юридическое лицо является самостоятельным и независимым юридическим лицом. Подробная информация о юридической структуре «Делойт Туш Томацу Лимитед» и входящих в нее юридических лиц представлена на сайте www.deloitte.com/about. Подробная информация о юридической структуре «Делойта» в СНГ представлена на сайте www.deloitte.com/ru/about.