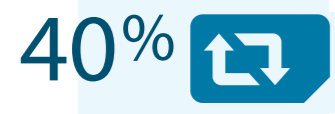


Используют обычный мобильный телефон для доступа в Интернет

Не знают, что такое услуга LTE



Готовы сменить оператора ради услуги LTE



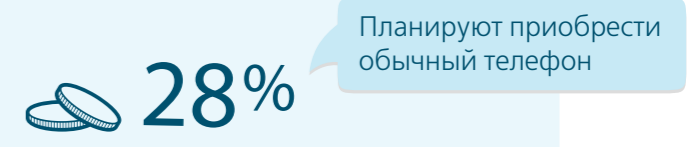
Не планируют подключаться к LTE из-за ожиданий по ценам

Готовы платить за безлимитный доступ к любимым приложениям

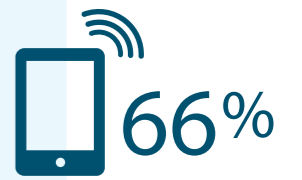


Проникновение	76% 74%	29% 47%	14% 25%
Используют устройство для выхода в Интернет	34% 35%	67% 81%	71% 78%
Используют мобильный Интернет	62% 62%	71% 59%	36% 33%
Используют WiFi	27% 41%	61% 75%	71% 84%
Планируют приобрести устройство в течение года	19% 28%	24% 42%	28% 34%
Средний относительный доход на абонента	x1,0	x1,4	x1,5
Доля рынка малоизвестных производителей устройств	8% 13% (Среднее)	32% 39%	

Несмотря на рост доступности смартфонов, обычный телефон удерживает позиции и остается востребованным

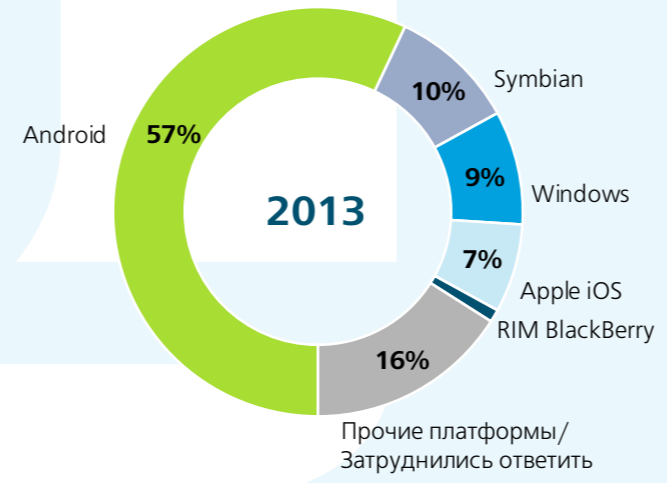


Доля портативных устройств с доступом в Интернет достигла уровня развитых стран



Респонденты выбирают WiFi, так как он «быстрее и стабильнее»

Android лидирует среди владельцев смартфонов



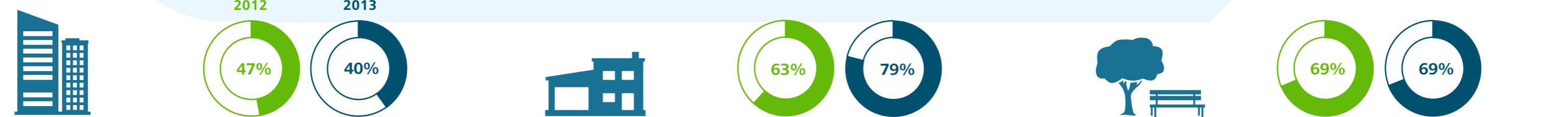
Растущая доля брендов второго эшелона вдохновляет операторов на продажу устройств под собственными брендами

Несмотря на то, что смартфон остается символом статуса (дизайн и бренд существенно важнее цены), значение бренда снижается



Использование WiFi

Популярность WiFi в России достигла уровня развитых стран



Источник: онлайн-опрос пользователей мобильных телефонов, проводившийся в 20 странах мира. Сбор данных осуществлялся в период с мая по июль 2013 года. В финальном опросе участвовали 38 650 респондентов. Выборки для Бельгии, Финляндии, Франции, Германии, Японии, Нидерландов, Португалии, Сингапура, Южной Кореи, Испании, Великобритании и США являются репрезентативными в масштабах этих стран. Объем выборки во всех этих странах составлял 2 тыс. респондентов, за исключением Финляндии (1 тыс.), Португалии (600) и Великобритании (4020). В Аргентине, Бразилии, Китае, Индии, Индонезии, Мексике, России и Турции проведение исследования в форме онлайн-опроса привело к высокой доле (среди респондентов) квалифицированных специалистов из крупных городов. Эти участники относятся к категории населения с относительно высоким заработком в масштабе своих стран. Объем выборки во всех этих странах составил 2 тыс. респондентов, за исключением Турции (1 тыс.). Вопросы для исследования были подготовлены фирмами, входящими в международное объединение фирм «Делойт». Реализация программы международного онлайн-исследования проходила под руководством компании Ipsos MORI.