

Аналитика МТС: профиль потребления трафика интернет-пользователей в мобильных сетях МТС

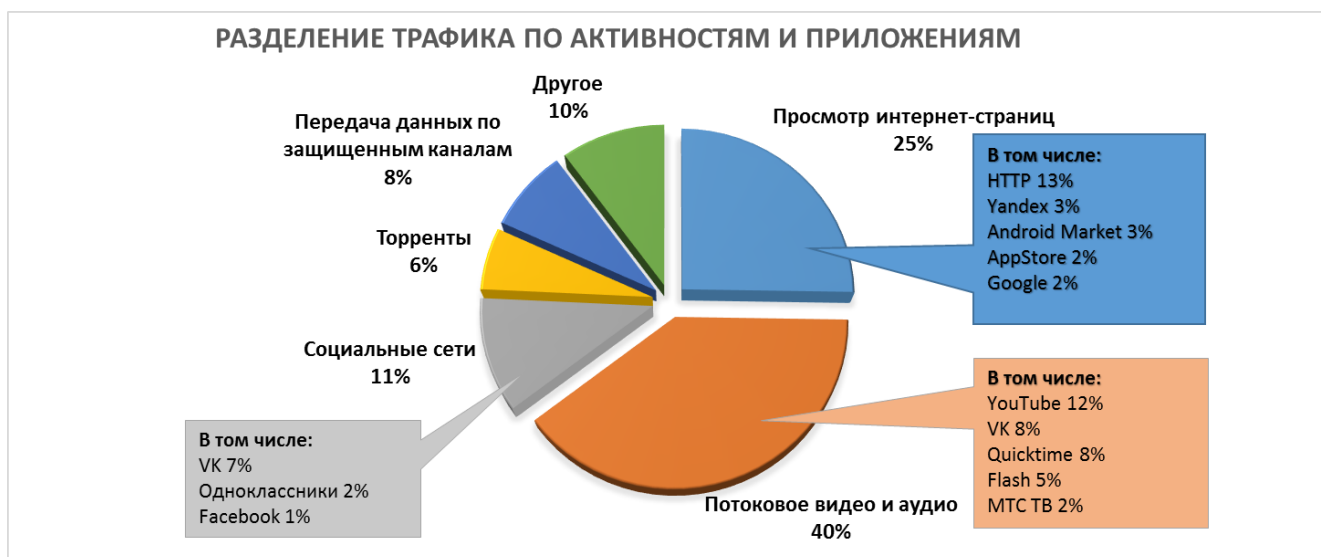
13 октября 2014 г.

Москва, РФ — ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (МТС — NYSE: MBT), ведущий телекоммуникационный оператор в России и странах СНГ, представляет аналитический отчет по потреблению трафика абонентами МТС за девять месяцев 2014 года.

Мобильный трафик в разрезе активностей

Среднемесячный объем передаваемого трафика в сетях МТС за девять месяцев 2014 года составляет порядка 390 Петабайт, по сравнению с прошлым годом рост составил 60%. Основные активности интернет-пользователей в мобильных сетях — в долях от общего объема трафика:

- **40%** - потоковое видео и аудио с любых сайтов и приложений, включая социальные сети;
- **25%** - просмотр интернет-страниц (обычный HTTP-трафик);
- **11%** - социальные сети — трафик, уходящий в социальные сети, мессенджеры и нешифрованную почту;
- **10%** - другое — это трафик служебных протоколов и весь остальной неклассифицированный трафик;
- **8%** - передача данных по защищенным каналам (tunneling) — это различные виды зашифрованного трафика, например, интернет-банкинг, зашифрованная почта (Gmail, корпоративная) и туннели, например, VPN или OperaMini;
- **6%** - торренты — это трафик P2P сетей, таких как BitTorrent, eMule и подобных.



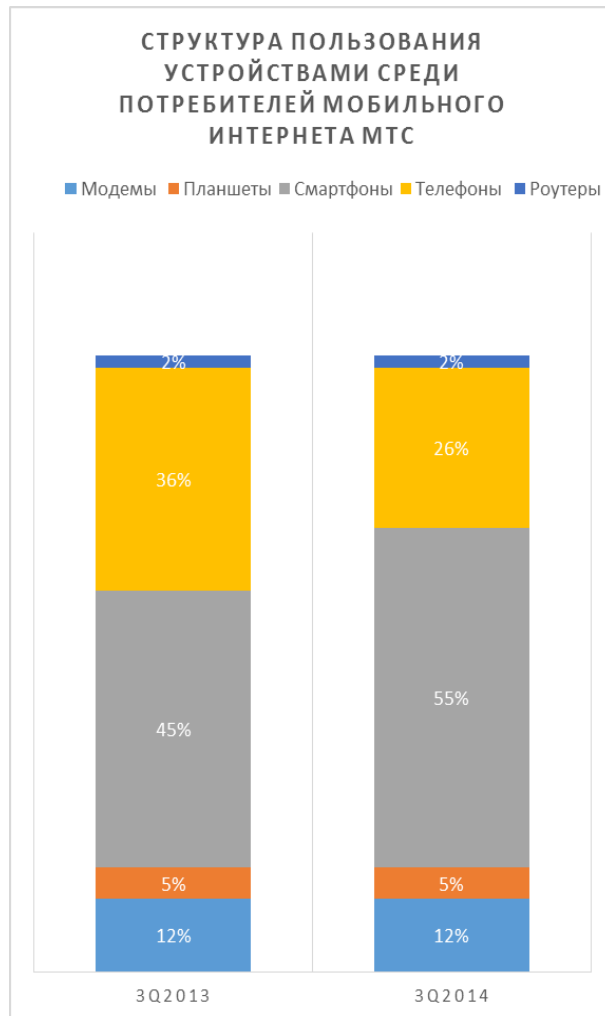
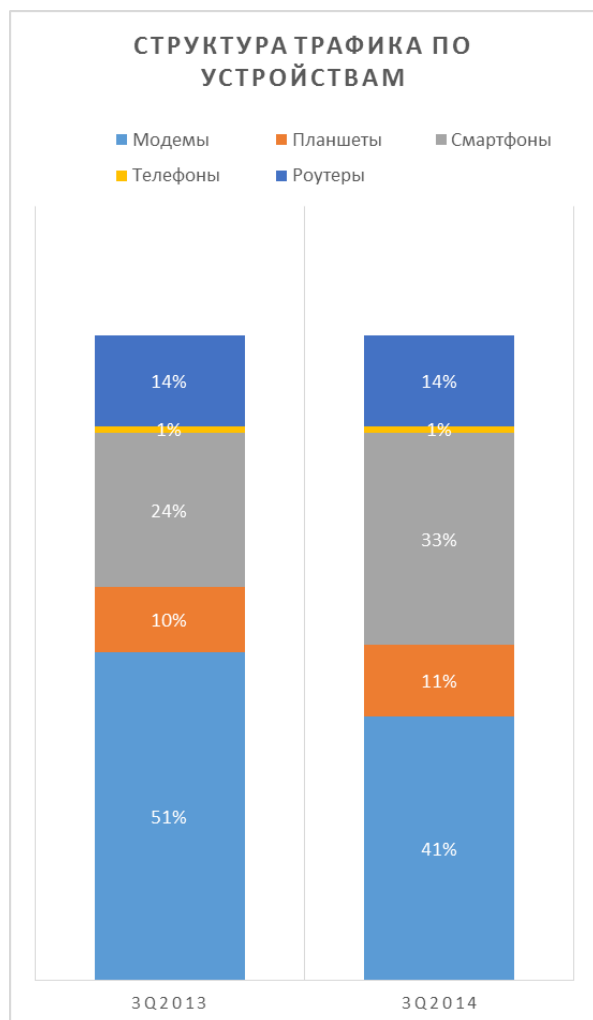
- Наибольший объем трафика (40%) среди абонентов МТС приходится на потоковое видео и аудио, еще два года назад, в 2012 году, на потоковое видео приходилось порядка 30% трафика. Существующая динамика свидетельствует, во-первых, о стремительном развитии мобильных сетей передачи данных, высоком качестве и скорости мобильного интернета и его доступности. Во-вторых, данный тренд говорит о совершенствовании мобильных устройств и росте их проникновения. Меняются и предпочтения пользователей — все чаще люди предпочитают графическую информацию или визуальный ряд текстовому материалу.

- На просмотр интернет-страниц приходится 25% от общего объема трафика. Заметная доля трафика (3%) приходится на покупки в магазинах приложений (Android Market – 3%, AppStore – 2%).
- Общая доля социальных сетей – 11%, в том числе, на ВКонтакте приходится 7% от общего объема трафика, на Одноклассники – 2%, на Facebook 1% и на WhatsApp – менее 1%. ВКонтакте имеет пик популярности (более 60%) среди абонентов со средним месячным счетом 200-250 рублей и теряет проникновение среди абонентов с более высокими ежемесячными расходами на связь. Подавляющее число абонентов (75%) со средним счетом 1500 рублей и выше пользуются iMessage.
- Большинство пользователей отдадут предпочтение зашифрованной почте – Gmail или корпоративным почтовым ресурсам. Трафик от традиционных незашифрованных почтовых каналов составляет менее 2% в общем объеме.
- Мобильные сети активно не используются для торрент-загрузок (около 6% в общем объеме трафика).

В целом, профиль потребления трафика в мобильных сетях МТС похож на профиль пользователей Европы. По данным компании Sandvine (www.sandvine.com) в Европе на потоковое видео и аудио приходится 33% трафика, 25% - на просмотр интернет-страниц, 14% - на социальные сети, 6% - на обмен данными между пользователями (файлшеринг и торренты), 8% - на передачу данных по защищенным каналам и еще 14% - на другое.

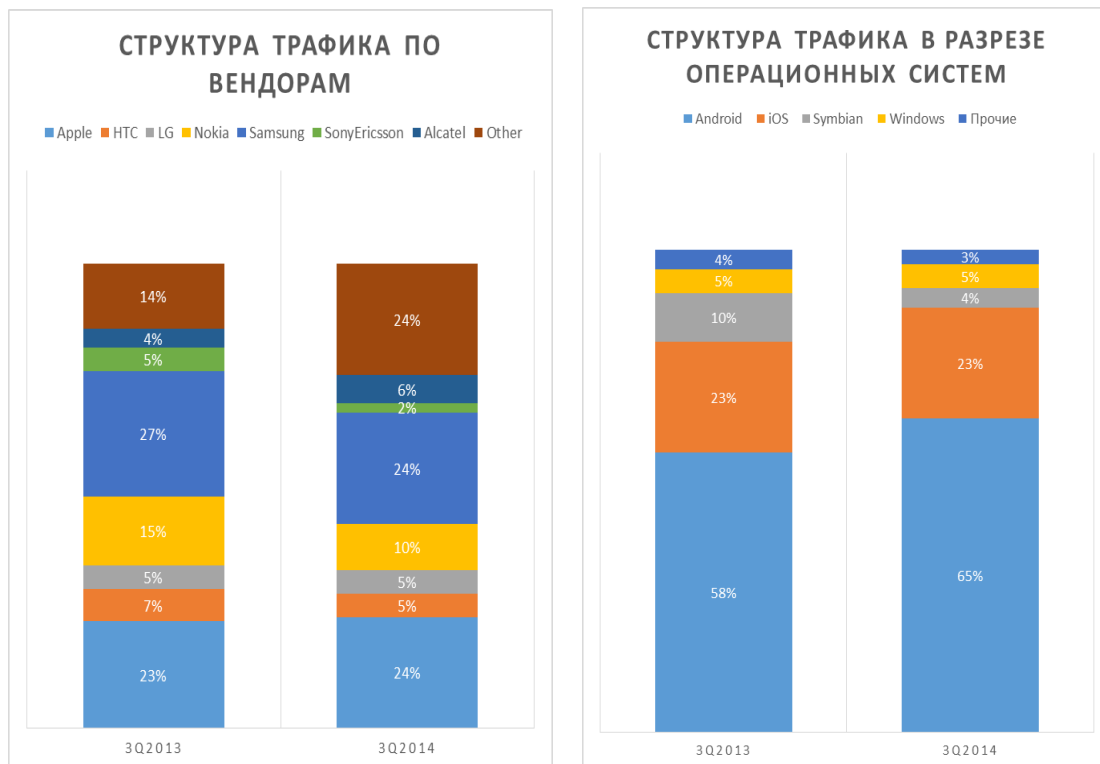
Структура мобильного трафика в сети МТС по устройствам

На розничном рынке анализ мобильного трафика в разрезе устройств позволяет говорить об очевидном росте популярности смартфонов для выхода в интернет среди абонентов МТС – за год (сентябрь 2014 – сентябрь 2013) более чем на треть. При этом пользователи все меньше выходят в интернет через модемы. По прогнозу компании, проникновение смартфонов в сети МТС на конец 2014 года превысит 40%.



Распределение мобильного трафика по вендорам

Анализ трафика в разрезе производителей смартфонов позволяет говорить о снижении популярности таких брендов как SonyEricsson, Nokia, HTC. В то же время максимальную динамику демонстрирует сегмент «Другие» - в сети МТС на долю этих устройств на конец 3 квартала 2014 года приходится 24% трафика по сравнению с 14% годом ранее. В сегмент «Другие» входят смартфоны под брендом МТС, Fly, Lenovo, Huawei. Благодаря низкой стоимости (ценовой сегмент до 5 000 рублей) проникновение этих устройств активно растет.



Мобильный трафик смартфонов в разрезе операционных систем

Большая часть трафика – 65% – приходится на ОС Android, и ее доля продолжает расти. Android постепенно вытесняет Symbian, Asha, Bada. Доля Symbian за последний год (3 квартал 2014 к 3 кварталу 2013) сократилась более, чем вдвое – до 4% с 10%.

За дополнительной информацией обращайтесь:

Пресс-служба ОАО «МТС»

Дмитрий Солодовников

Тел.: (495) 766-00-25

e-mail: pr@mts.ru

ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (МТС) является ведущим телекоммуникационным оператором в России и странах СНГ. Консолидированная абонентская база компании, без учета абонентской базы «МТС Беларусь» составляет порядка 100 миллионов абонентов. МТС и ее дочерние компании оказывают услуги в стандарте GSM во всех регионах России, а также в Армении, Беларуси, Украине и Туркменистане; в стандарте UMTS - во всех регионах РФ, Армении, Беларуси; в стандарте CDMA-450 – в Украине; в стандарте LTE – в России и Армении. Компания также предоставляет услуги фиксированной связи и кабельного телевидения во всех федеральных округах России и в Украине - количество абонентов платного домашнего телевидения МТС составляет более 3 миллионов домохозяйств, количество абонентов широкополосного доступа в интернет – более 2 миллионов. В 2013 году бренд МТС шестой год подряд вошел в топ-100 самых дорогих брендов в мире в рейтинге BRANDZ™, опубликованном международным исследовательским агентством Millward Brown, признан самым дорогим российским телекоммуникационным брендом, вошел в десятку крупнейших по стоимости мировых телекоммуникационных брендов. С июня 2000 года акции МТС котируются на Нью-Йоркской фондовой бирже под кодом MBT. Дополнительную информацию о компании можно найти на сайте www.mts.ru

Некоторые заявления в данном пресс-релизе могут содержать проекты или прогнозы в отношении предстоящих событий или будущих финансовых результатов Компании в соответствии с положениями Законодательного акта США о ценных бумагах от 1995 года. Такие утверждения содержат слова «ожидается», «оценивается», «намеревается», «будет», «мог бы» или другие подобные выражения. Мы бы хотели предупредить, что эти

заявления являются только предположениями, и реальный ход событий или результаты могут отличаться от заявленного. Мы не обязуемся и не намерены пересматривать эти заявления с целью соотнесения их с реальными результатами. Мы адресуем Вас к документам, которые компания отправляет Комиссии США по ценным бумагам и биржам, включая форму 20-F. Эти документы содержат и описывают важные факторы, включая те, которые указаны в разделе «Факторы риска» формы 20-F. Эти факторы могут быть причиной расхождения реальных результатов от проектов и прогнозов. Они включают в себя: тяжесть и продолжительность текущего состояния экономики, включая высокую волатильность учетных ставок и курсов обмена валют, цен на товары и акции и стоимости финансовых активов, воздействие государственных программ России, США и других стран по восстановлению ликвидности и стимулированию национальной и мировой экономики, нашу возможность поддерживать текущий кредитный рейтинг и воздействие на стоимость финансирования и конкурентное положение, в случае снижения такового, стратегическая деятельность, включая приобретения и отчуждения и успешность интеграции приобретенных бизнесов, включая компанию «Комстар – ОТС», возможные изменения по квартальным результатам, условия конкуренции, зависимость от развития новых услуг и тарифных структур, быстрые изменения технологических процессов и положения на рынке, стратегию; риск, связанный с инфраструктурой телекоммуникаций, государственным регулированием индустрии телекоммуникаций и иные риски, связанные с работой в России и СНГ, колебания котировок акций; риск, связанный с финансовым управлением, а также появление других факторов риска.