

Интернет в России и в субъектах федерации

Результаты исследовательского проекта
«Интернет в России / Россия в Интернете»

Ефим Галицкий, Фонд «Общественное мнение»

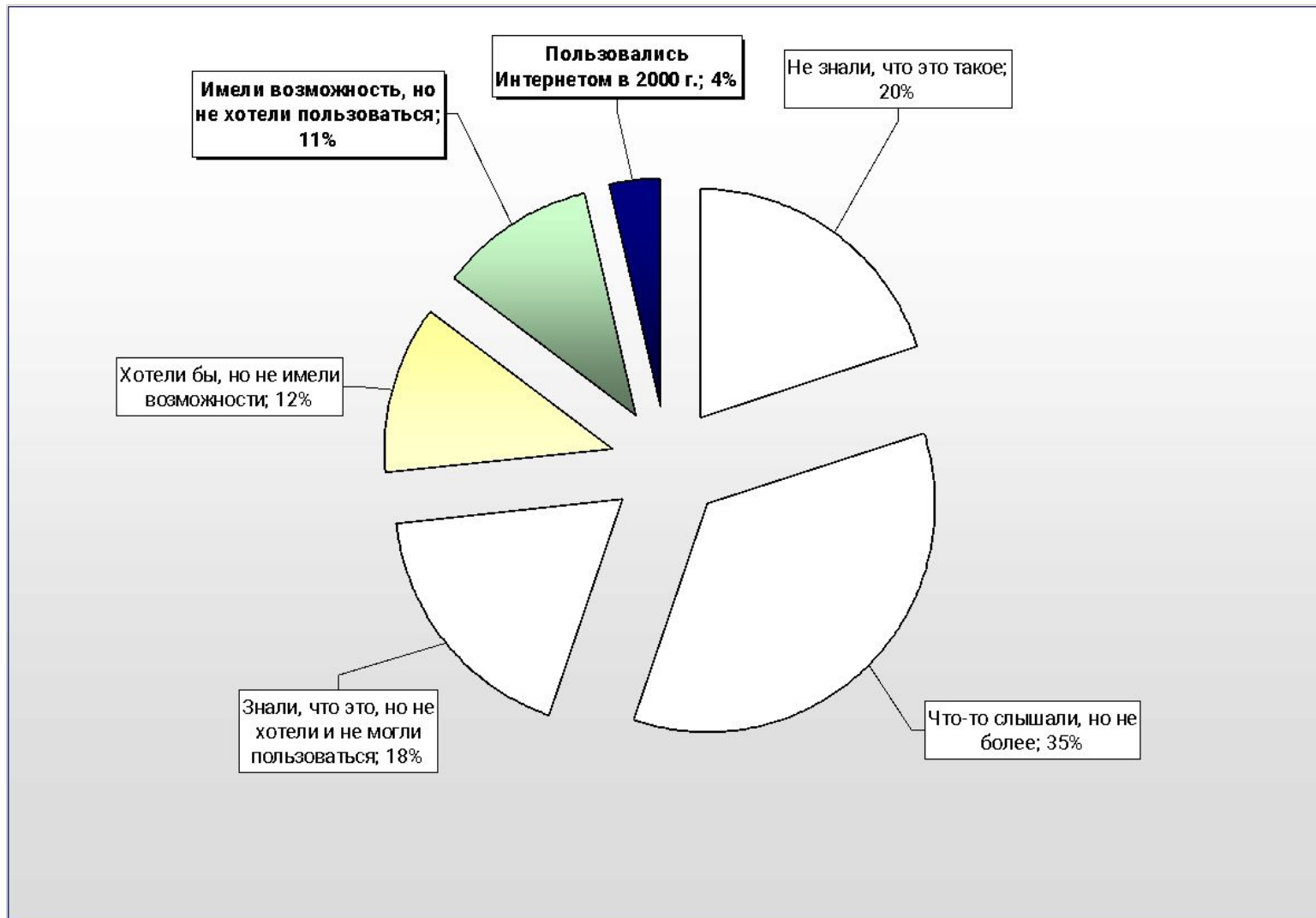
*Доклад на Российском Интернет – форуме (РИФ-2006)
(пансионат «Лесные дали», 22-23 марта 2006 г.)*

«Интернет в России / Россия в Интернете».

Начало тысячелетия – начало проекта

- **2000 г.** - крупнейший одномоментный репрезентативный опрос населения (ФОМ и Страна.ру)
- Размер выборки - 70 тысяч респондентов
- Исследуемая совокупность – население 14+ городов и ПГТ
- Метод – интервью по месту жительства респондентов
- Выборка - адресная

Интернет в России – начало пути (2000 г., городское население 14+)



Сегодня ФОМ исследует Интернет двумя методами

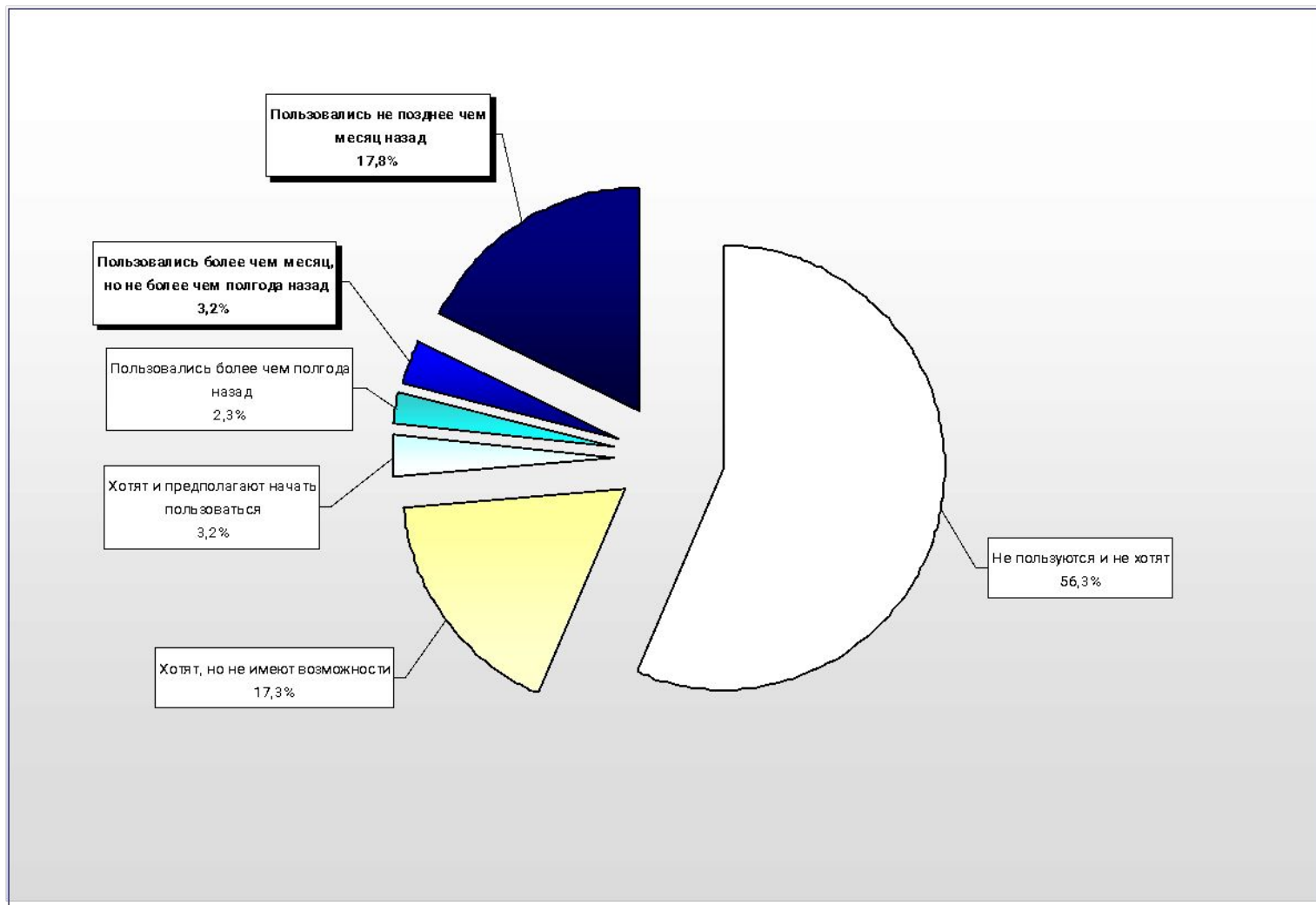
- Общие черты
 - Вопросы
 - пользовался ли он когда-нибудь Интернетом?
 - если да, то где (дома, на работе и т.д.) и когда он был в Сети в последний раз?
 - Репрезентативные опросы на дому 18+
- Первый метод – опросы раз в 2 недели
 - Дополнительный вопрос
 - планирует ли начать пользоваться и когда
 - Отчеты раз в сезон – на сайте www.fom.ru
- Второй метод – опросы раз в полгода в каждом из 69 субъектов
 - В отчете – данные о каждом субъекте по материалам двух опросов

Исследование 1. Общероссийские опросы каждые две недели

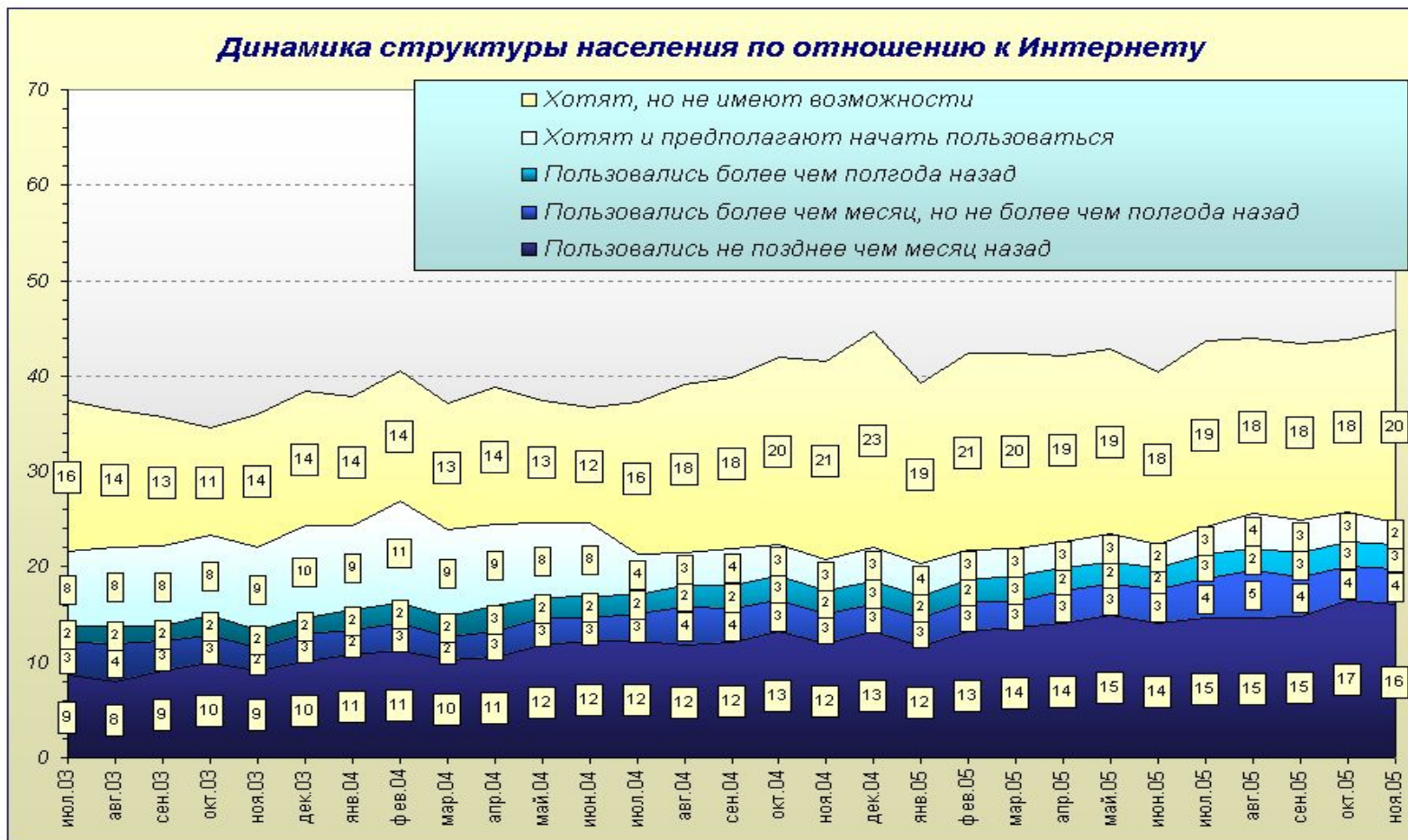
- С лета 2002 г. по неизменной методике
- Исследуемая совокупность – городское и сельское население России 18+
- Периодичность опросов – раз в 2 недели
- Размер выборки 3 тыс. респондентов
- Данные объединяются за сезон (12-18 тыс. респондентов)
- Выпущено 12 бюллетеней из серии «Опросы: Интернет в России» («Весна», «Лето», «Осень», «Зима»)
- Бесплатный доступ на сайте ФОМ (<http://www.fom.ru/projects/23.html>)
- Готовится выпуск 14 – Зима-2005-2006.
В докладе впервые публикуются основные результаты

Что происходит сегодня?

(Городское и сельское население 18+, зима 2005-2006)



Динамика роста Рунета

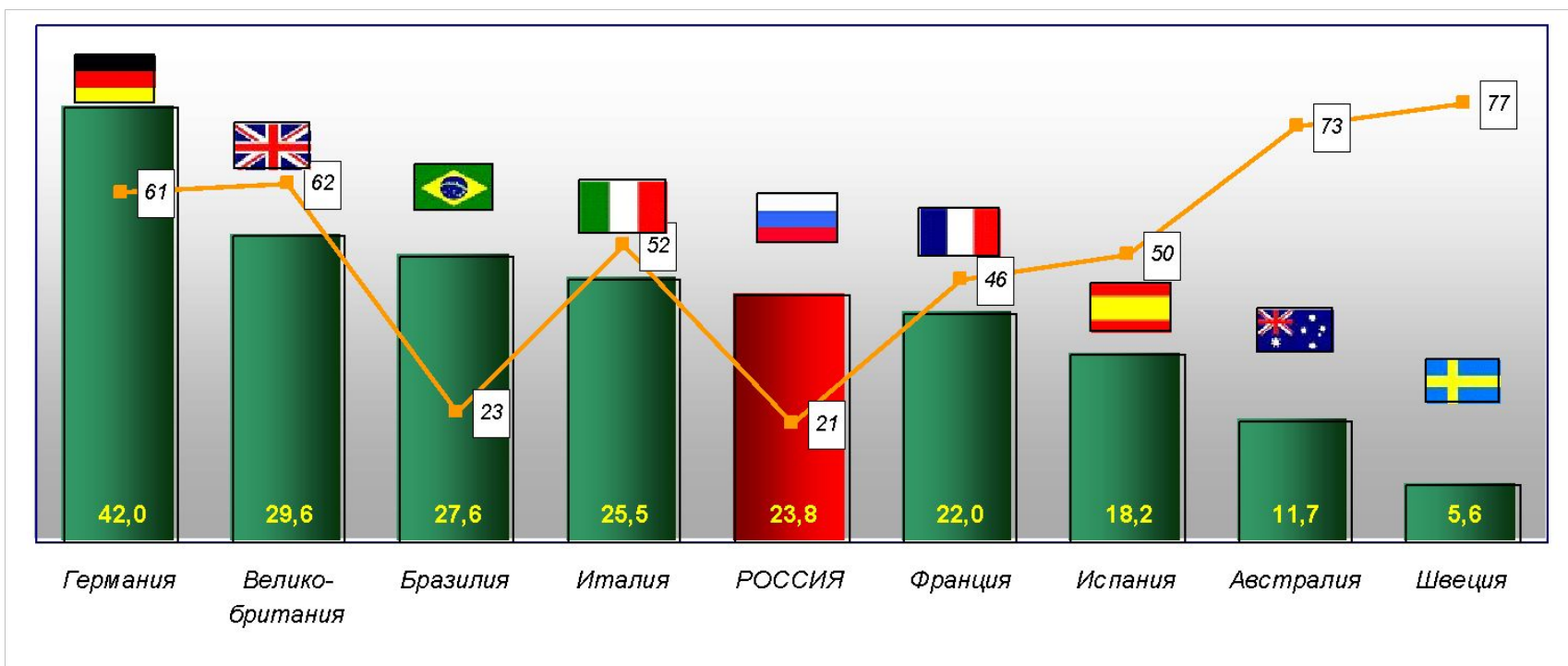


Линейная модель роста полугодовой аудитории

- Рост полугодовой аудитории составляет 0,3 п.п. в месяц.
(Модель объясняет 94% дисперсии.)
- Рост доли затронутых Интернетом (либо пользующихся, либо желающих им пользоваться) составляет 0,29 п.п. в месяц.
- Кривые пока не выходят на насыщение

Зима 2004-05: обошли Францию по численности пользователей!

(столбцы – млн. чел., линия – % в населении 18+)



Россия – результаты описанных выше исследований первого типа, приведенные в готовящемся к выпуску Бюллетене ФОМ «Опросы «Интернет в России». Выпуск 14. Зима 2005-2006».

Страны мира – по данным Nielsen//NetRatings Global Internet Trends™ Regional Reports, Quarter 4, 2005; October - December 2005.

(В этих данных, в отличие от России, учтены пользователи Интернета в возрасте 16-17 лет и не учтены – не имеющие домашнего телефона.)

Исследование 2.

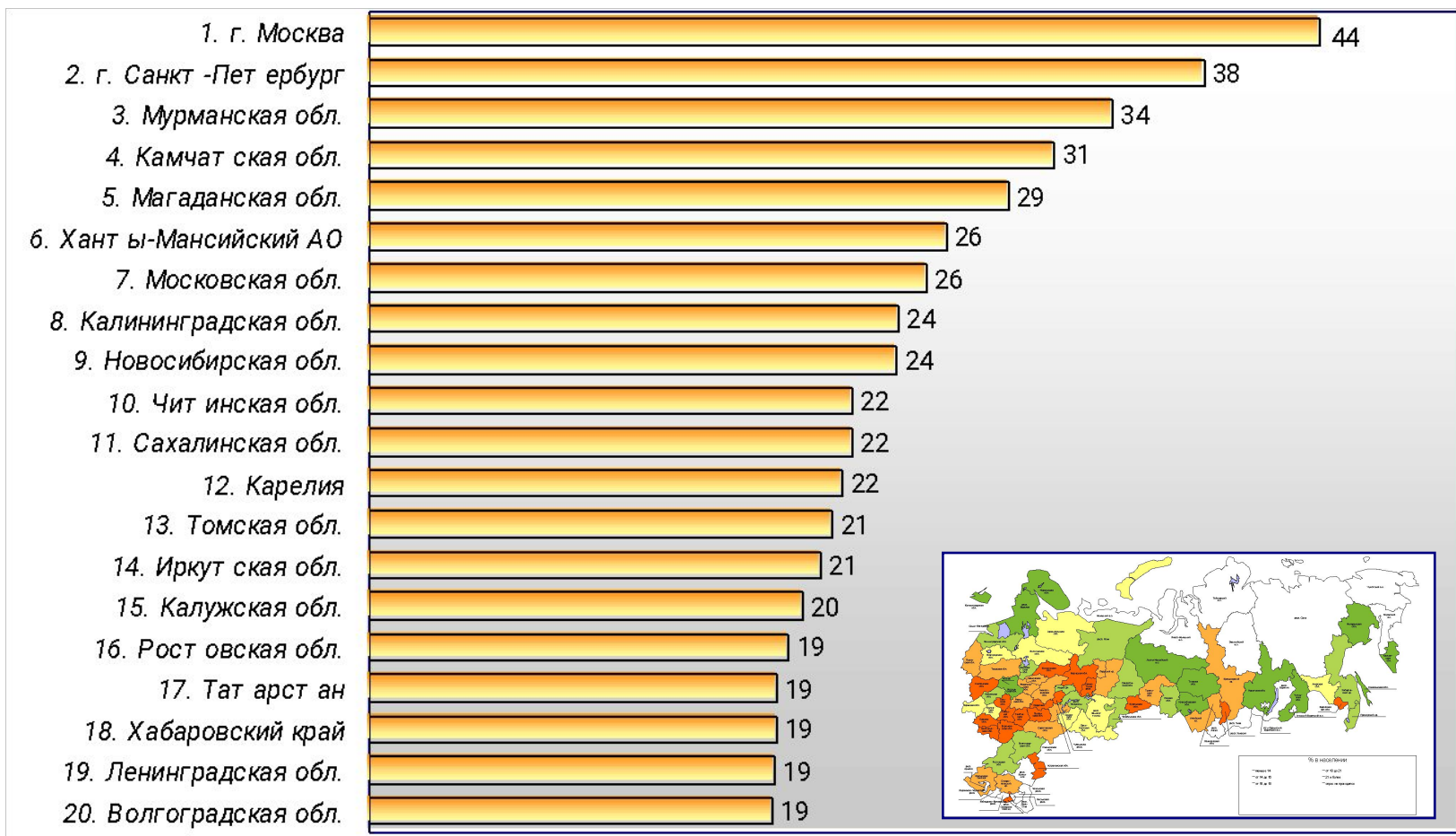
Опросы в субъектах РФ

- Одномоментные опросы 2 раза в год
- Исследуемая совокупность – городское и сельское население **каждого** из 69 субъектов РФ (кроме «горячих точек» и малонаселенных территорий)
- Население охваченных опросов субъектов 94,3% всего населения страны
- Выборка
 - 1000 респондентов в каждом субъекте РФ (по 500 – весной и осенью)
 - Общий годовой размер выборки – 69 тыс. респондентов
- Опрос – по месту жительства респондентов
- Сегодня впервые демонстрируются материалы из Атласа «Интернет в субъектах РФ». Выпуск 1.

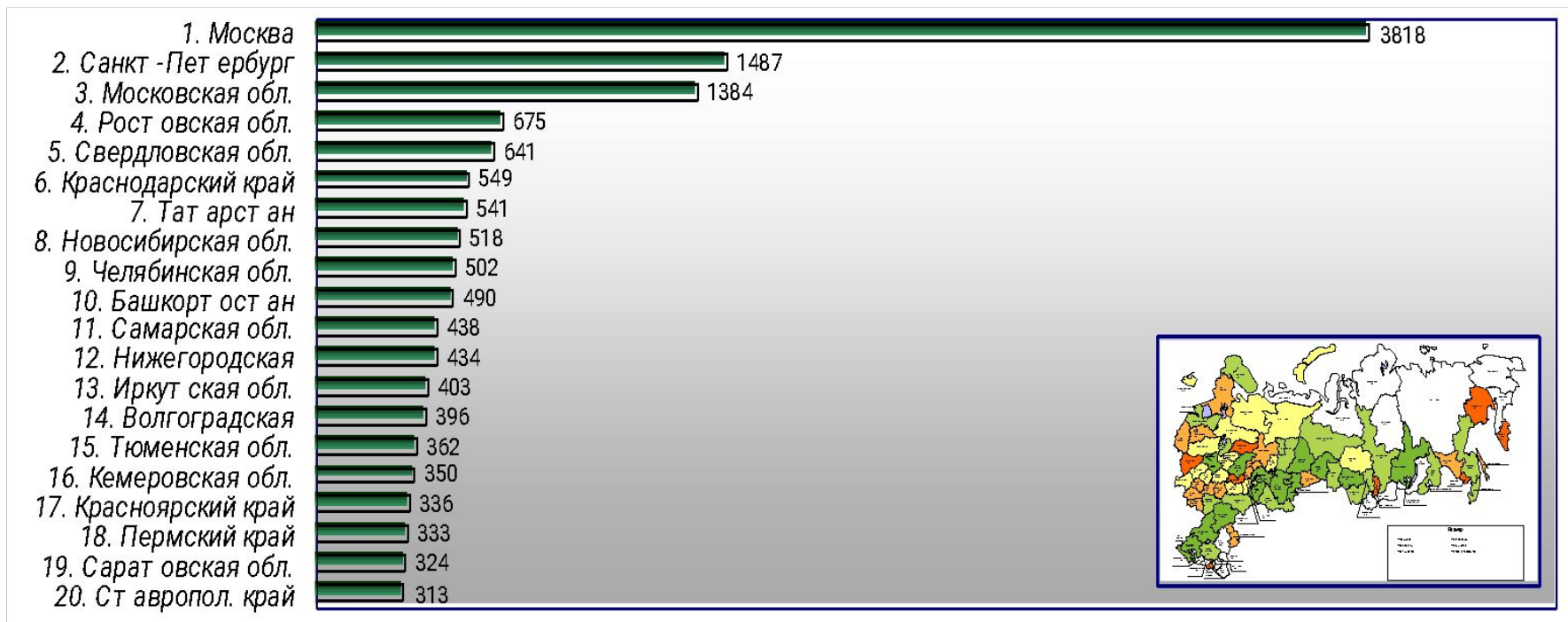
Структура Атласа

- Пояснения
- Часть 1. Относительные показатели распространенности Интернета (%)
 - Аудитории Интернета в населении
 - Пользователи Интернета в социально-демографических группах (пол, возраст, образование, доход)
 - Опыт пользования Интернетом за полгода (дома, на работе, по месту учебы, в Интернет-кафе, у знакомых)
 - Динамика распространенности Интернета
- Часть 2. Абсолютные показатели распространенности Интернета, тыс. чел.
 - Аудитории Интернета в населении
 - Пользователи Интернета в социально-демографических группах (пол, возраст, образование, доход)
 - Опыт пользования Интернетом за полгода (дома, на работе, по месту учебы, в Интернет-кафе, у знакомых)
 - Динамика распространенности Интернета

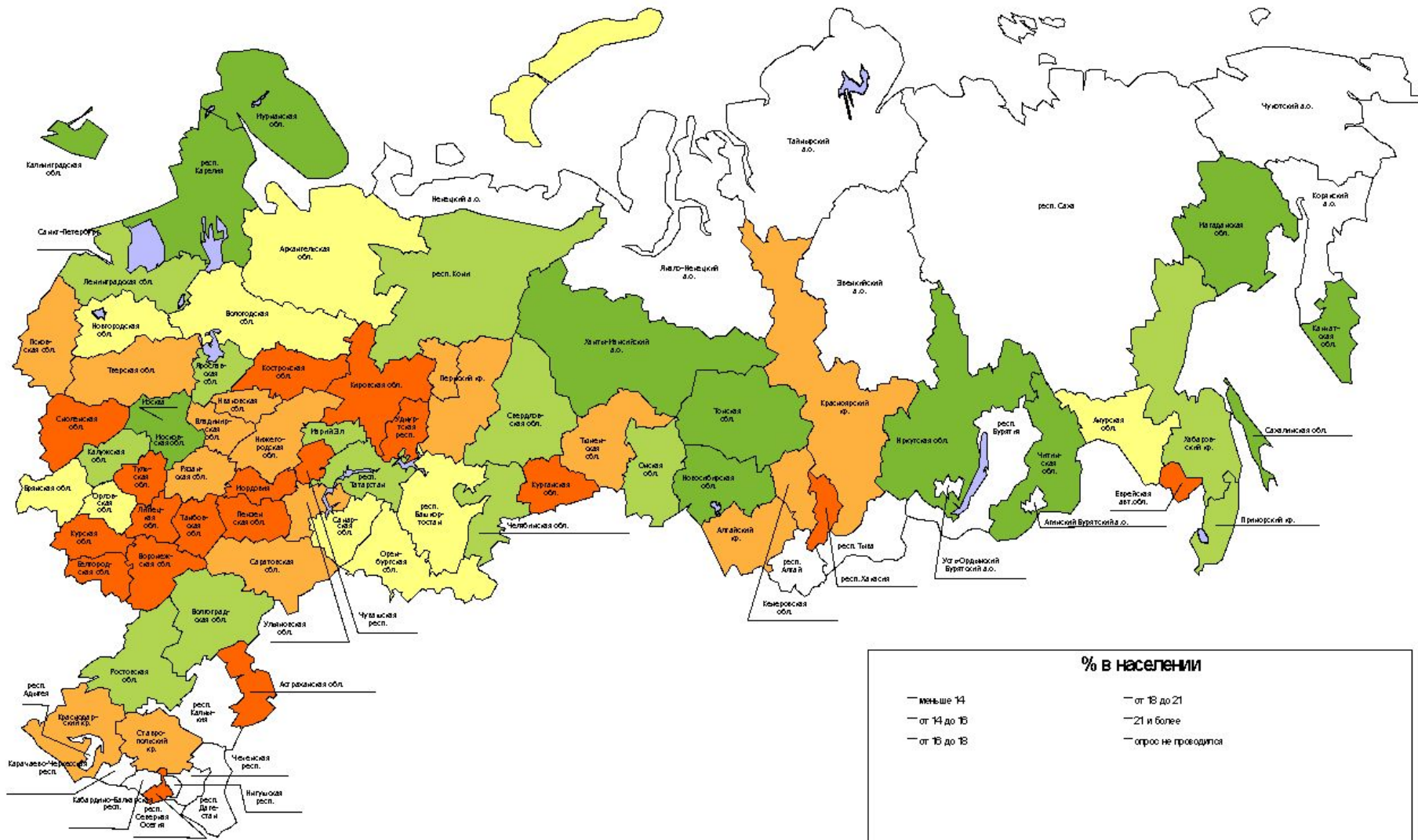
Первая «двадцатка» субъектов РФ по доле полугодовой аудитории в населении 18+, %



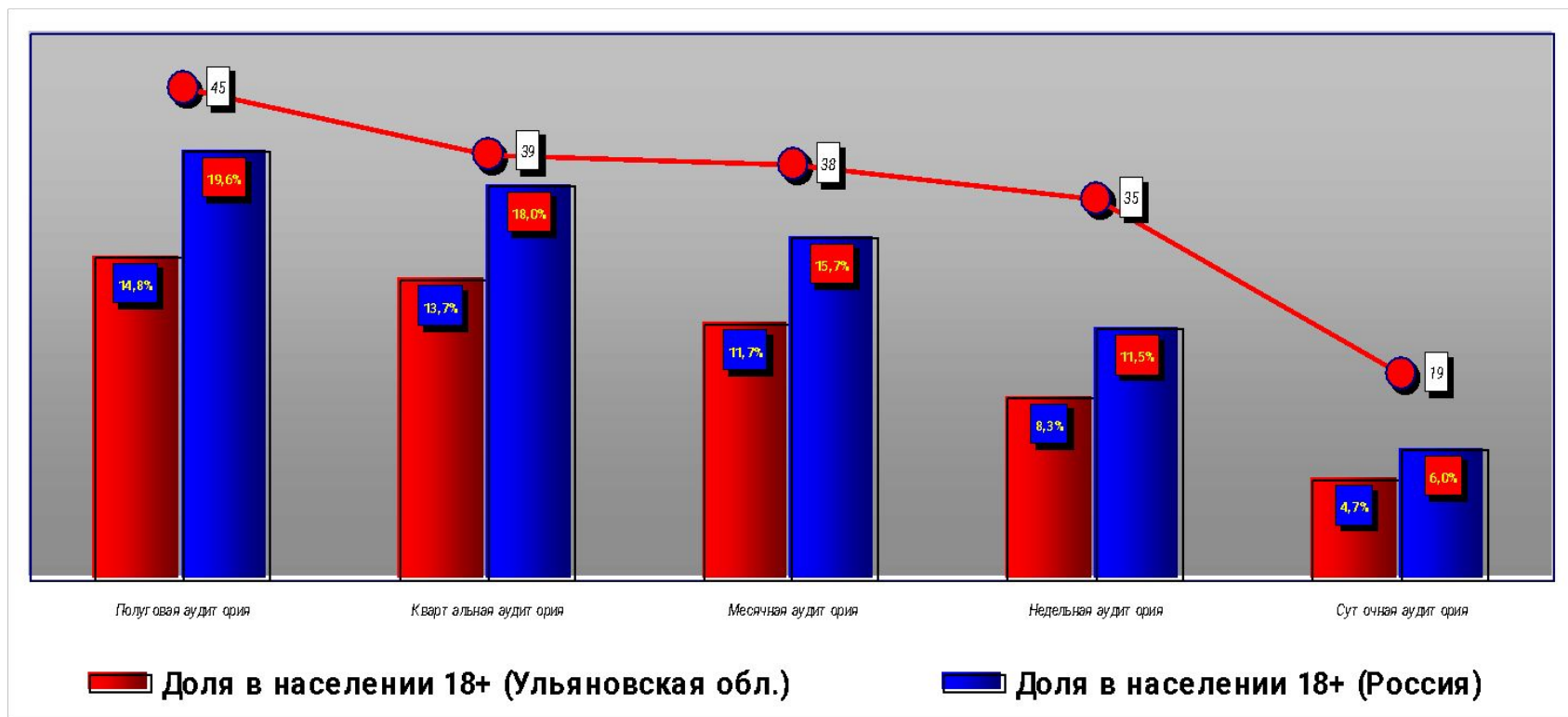
Первая «двадцатка» субъектов РФ по абсолютному размеру полугодовой аудитории 18+, млн. чел.



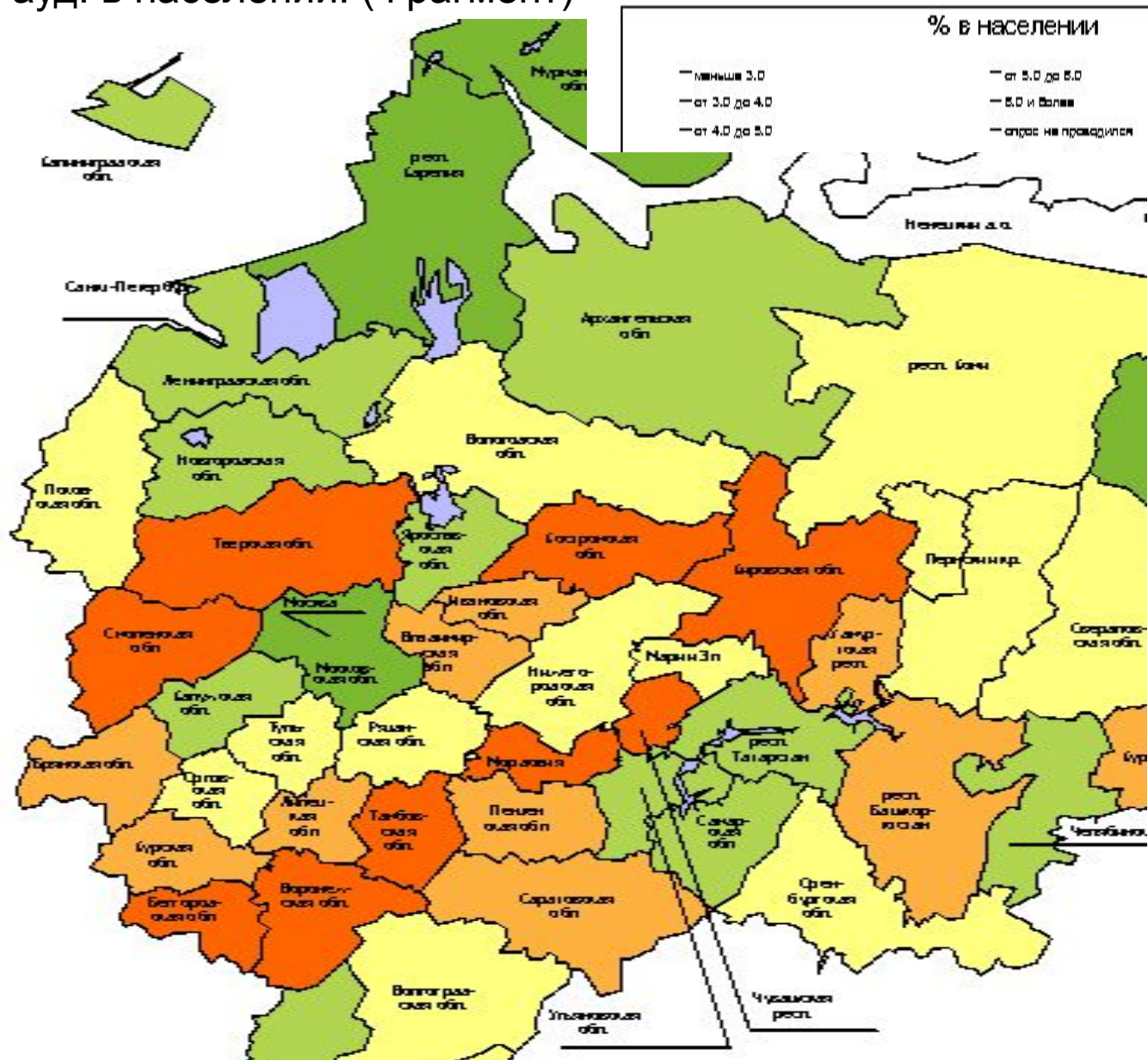
Полугодовая аудитория Интернета в субъектах РФ (% от населения 18+). Карта



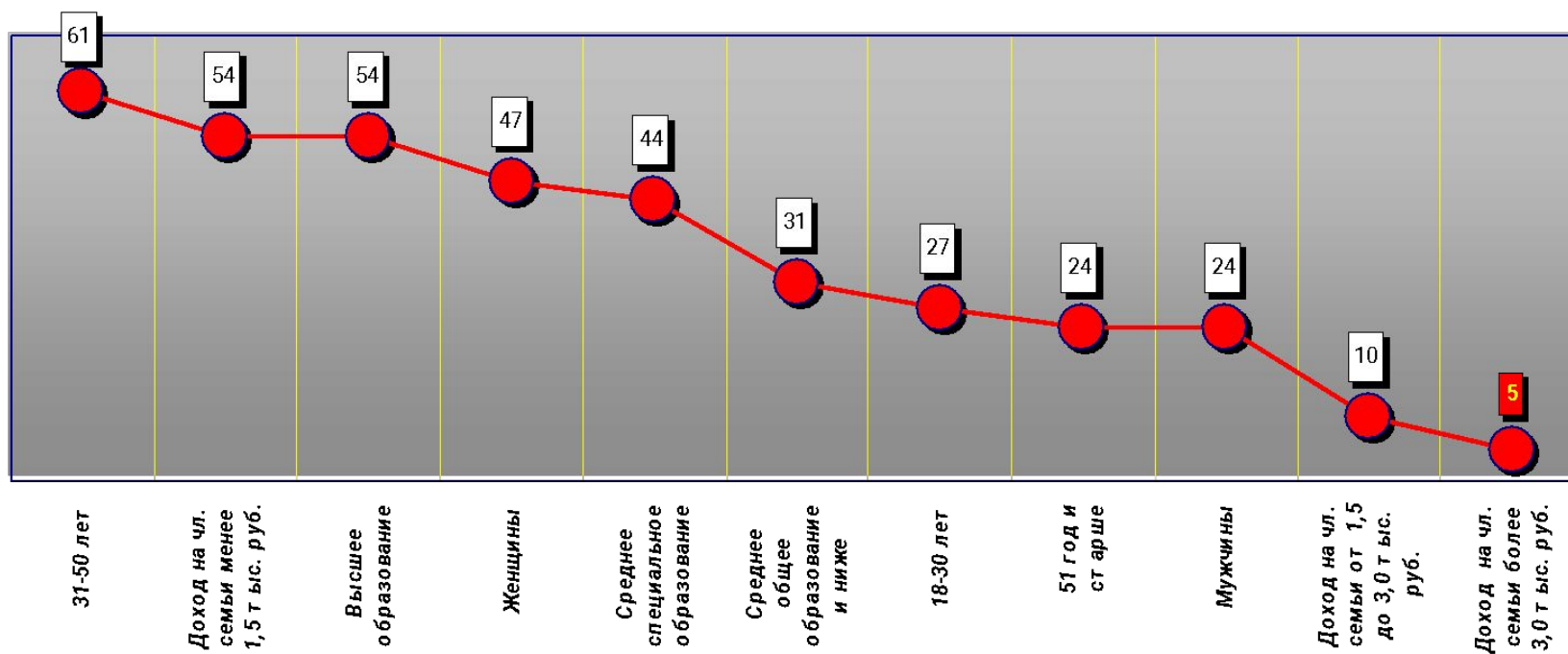
Пример: Ульяновская область – повышение ранга на активных аудиториях



Суточная ауд. в населении. (Фрагмент)



Пример: Ульяновская область – высокий ранг в ресурсных группах



Линейные модели аудиторий Интернета в % к численности 18+

	Суточная	Месячная	Полугодовая
Отношение дохода к прожиточному минимуму	+6,84	+6,41	+6,06
Средний доход, т.р.		+2,26	+1,71
% лиц с высшим образов.	+0,44	+0,57	+0,55
% сельского населения			-0,11
Средний возраст			-1,27
Свободный член модели	-8,38	-7,30	+58,13
Доля объясненной дисперсии	70%	75%	80%