



Ефим Галицкий

АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ

Некоторые итоги
более чем двух лет наблюдений

Фонд «Общественное мнение», 2005



Задачи наших исследований

- Оценить размеры аудиторий Интернета:
 - полугодовой
 - трехмесячной
 - месячной
 - недельной
 - суточной
- Изучить:
 - Динамику
 - Места выхода в сеть
 - Особенности и структуру пользователей Интернета

©Фонд

Что у нас есть? Что готовится к выходу?



Почему, чтобы сосчитать пользователей Интернета, надо опрашивать население страны?



- Интернет не может, как барон Мюнхаузен, вытащить сам себя из болота за волосы!
- Нельзя отличить Васю от Васиного папы (если они входят с одного компьютера)
- Нельзя «склеить» Петю дома и Петю на работе, если компьютеры разные
- Добровольная регистрация не спасает: регистрируются особые люди

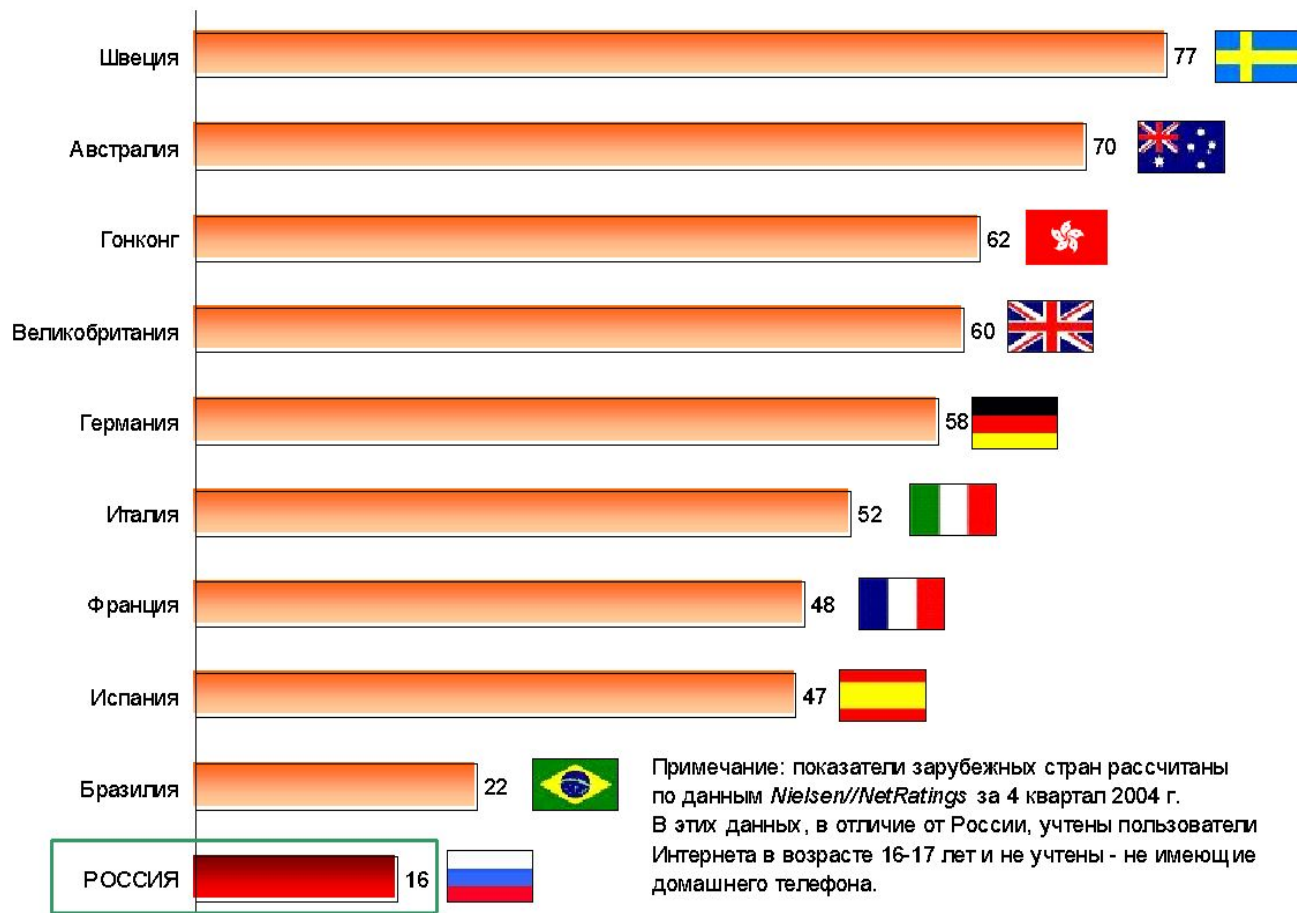
Методика проведения опросов

- Каждые две недели проводится очередной общероссийский опрос населения России 18+
- Случайная, стратифицированная, трехступенчатая выборка:
 - 63 субъекта федерации
 - 98 районов
 - в этих районах – 203 городских и сельских населенных пункта
 - в них – 314 избирательных участков.
 - отбор жилищ маршрутным методом
- Каждые две недели опрашивается по 3000 респондентов
- Данные 5-7 опросов за сезон объединяются
- По ответам 15-21 тыс. респондентов выпускается очередной (Весна, Лето, Осень или Зима) бюллетень из серии «Опросы: Интернет в России».

Методика измерения аудитории Интернета

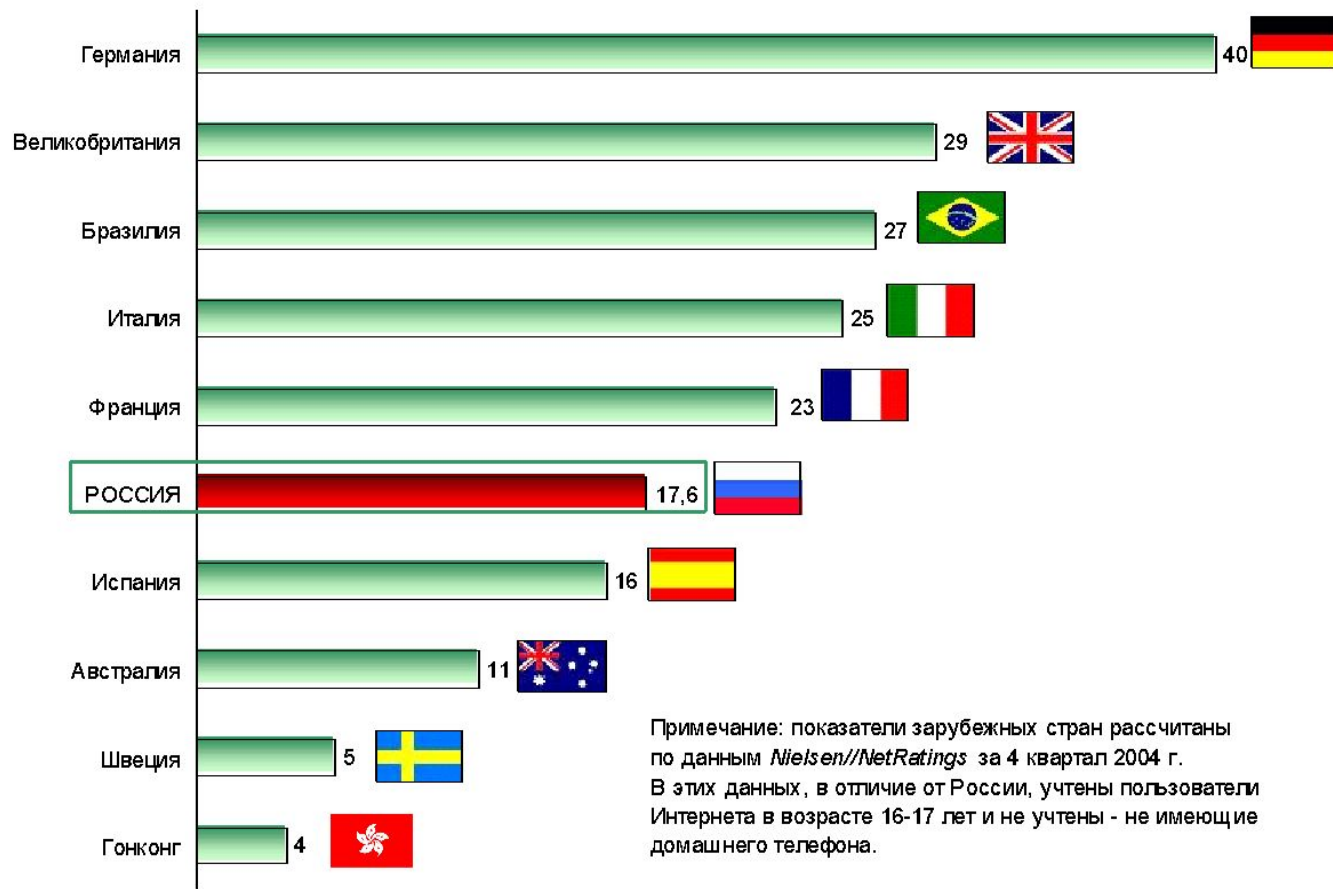
- «Пользователи Интернета» (шестимесячная аудитория): те, кто дал на вопрос:
«Приходилось ли Вам лично пользоваться Интернетом? Если да, то когда Вы лично пользовались Интернетом в последний раз?»
ОТВЕТЫ:
 - «в последние сутки»,
 - «в последнюю неделю»,
 - «в последний месяц»,
 - «в последние три месяца»,
 - «в последние полгода»

Страны, полугодовая аудитория, %



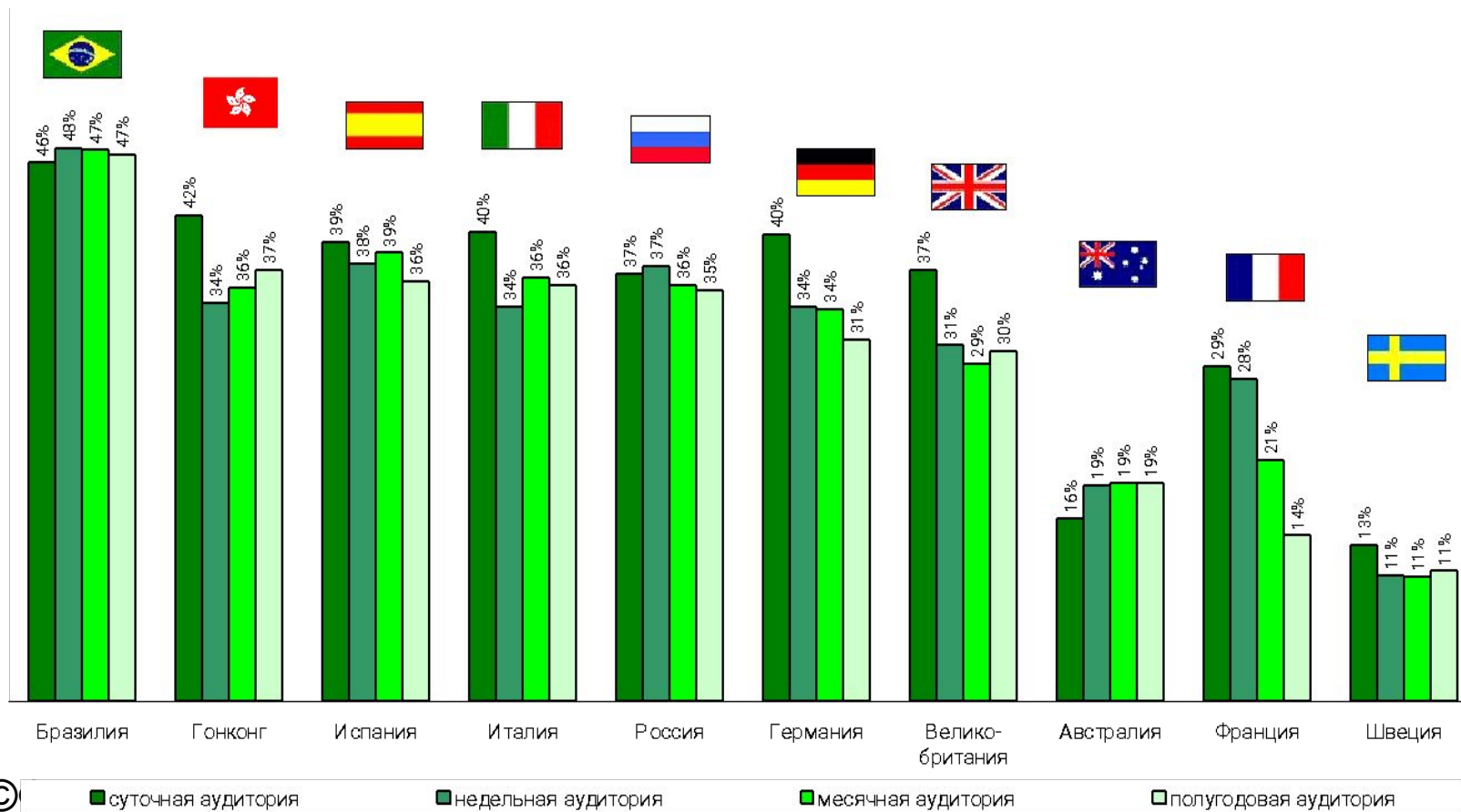
Примечание: показатели зарубежных стран рассчитаны по данным *Nielsen/NetRatings* за 4 квартал 2004 г. В этих данных, в отличие от России, учтены пользователи Интернета в возрасте 16-17 лет и не учтены - не имеющие домашнего телефона.

Страны, полугодовая аудитория, млн. чел.





Темпы роста аудиторий в странах



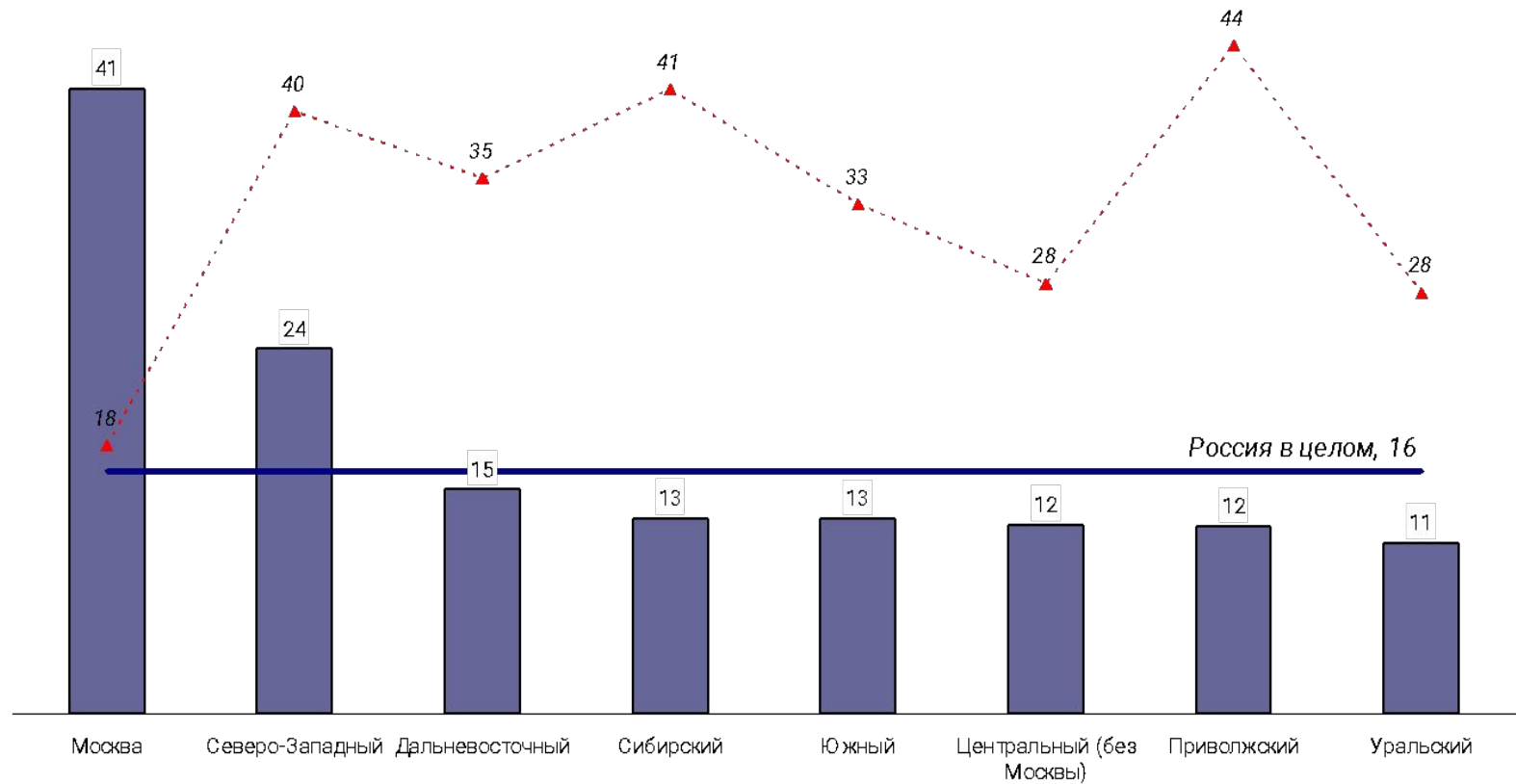
© суточная аудитория недельная аудитория месячная аудитория полугодовая аудитория

Замечания по поводу темпов роста в странах

- По темпам роста полугодовой аудитории Россия:
 - обходит Германию, Великобританию, Австралию, Францию и Швецию
 - чуть уступает Италии, Испании и Гонконгу
 - (Рост аудитории Бразилии объясняется скорее ростом ее телефонизации при приблизительном постоянстве доли пользователей Интернета среди владельцев телефонов)
- Темп роста суточной аудитории в России чуть ниже темпов роста других аудиторий
 - (Это свойственно еще лишь для Австралии и Бразилии.)



Полугодовая аудитория и темпы ее роста в регионах



©Фонд

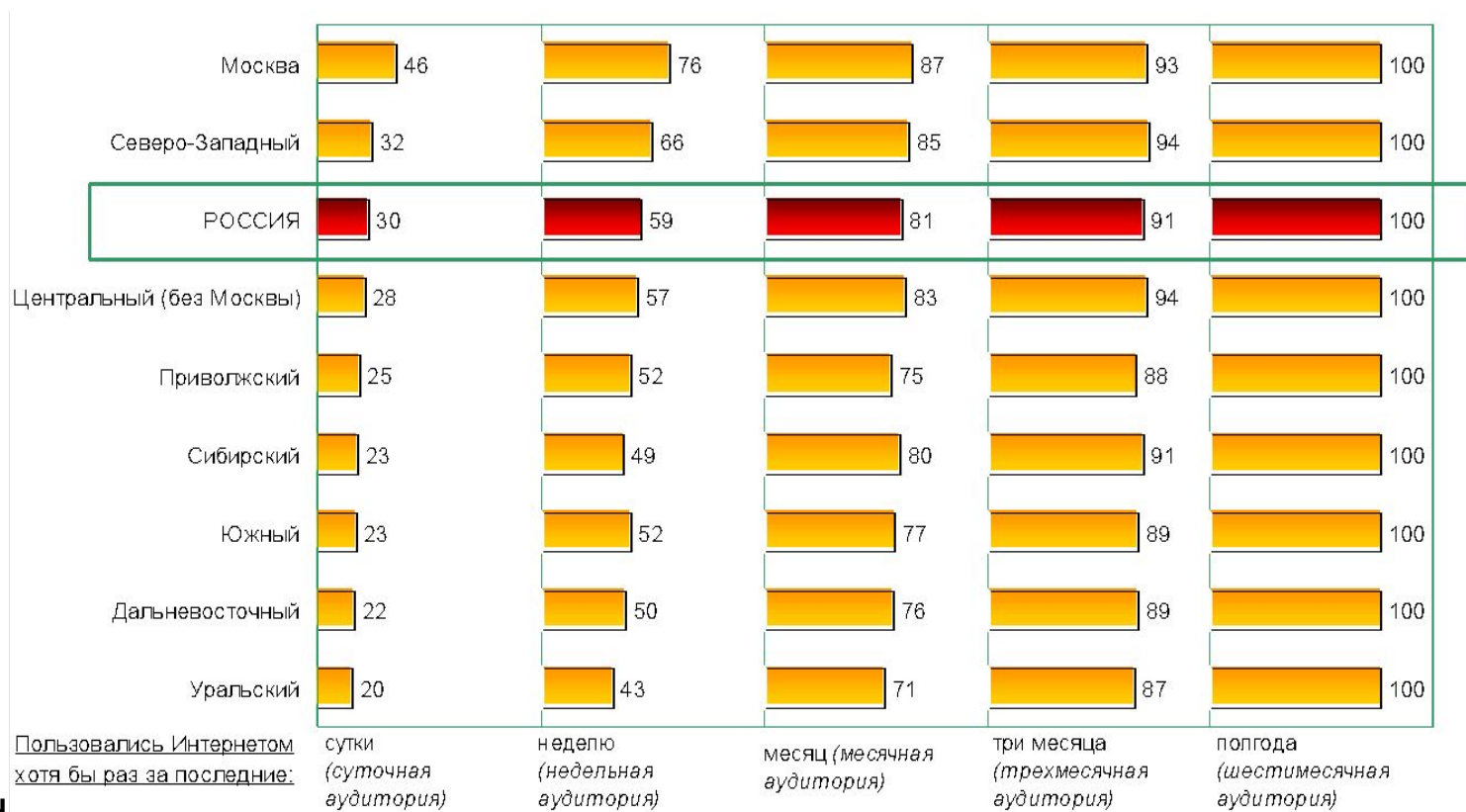
■ Федеральные округа

— Россия в целом

- - - ▲ Среднегодовые темпы прироста

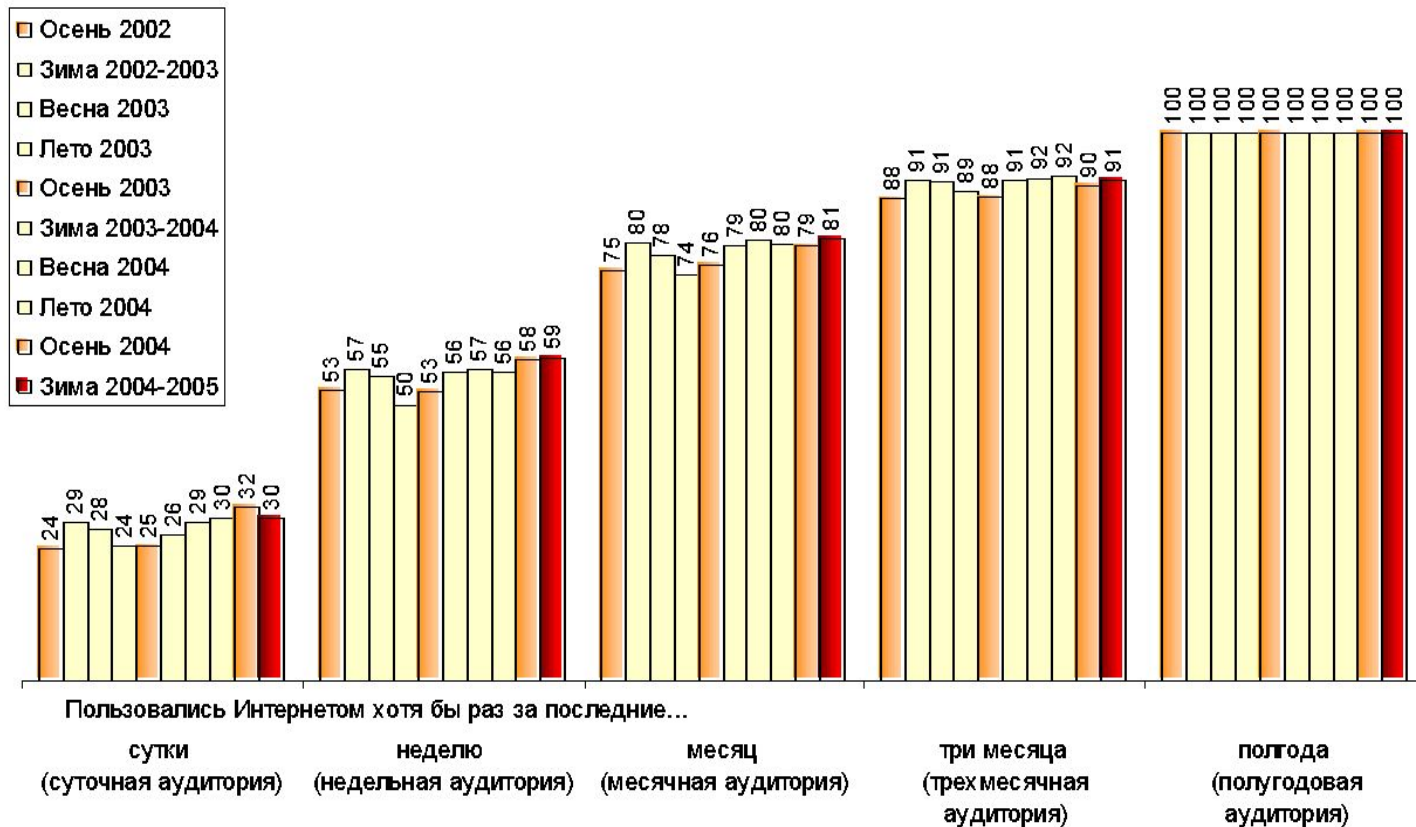


Активность пользования Интернетом в регионах, % от полугодовой аудитории





Динамика активности пользования Интернетом (нарастающим итогом)

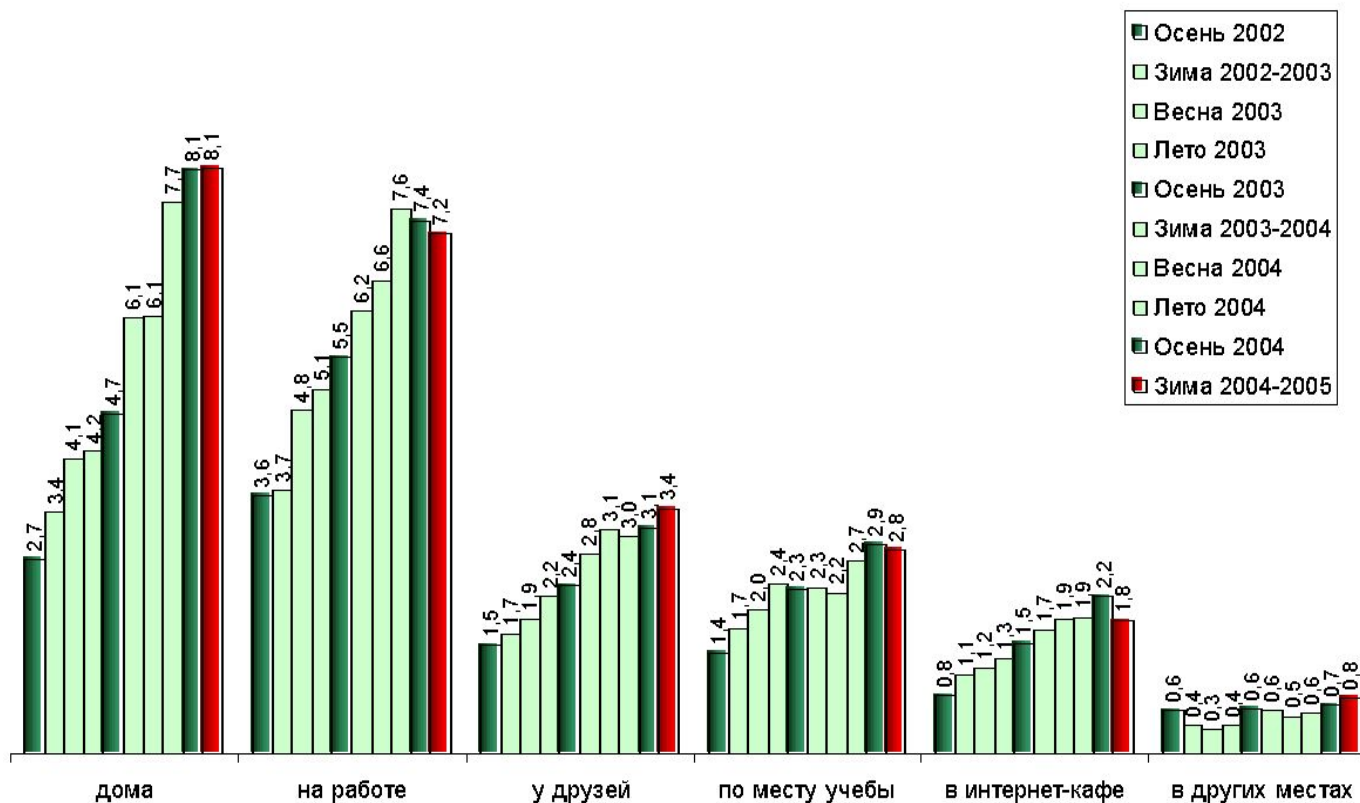


Выводы из диаграммы динамики активности

- В течение 2003 года активность росла, но к осени вернулась к прошлогоднему уровню
- «Завоевания» 2004 года осенью закрепились
- Зимой 2004/2005 г. относительный размер суточной аудитории чуть уменьшился: с 32% до 30%.



Динамика пользования Интернетом из разных мест, млн. чел.



©

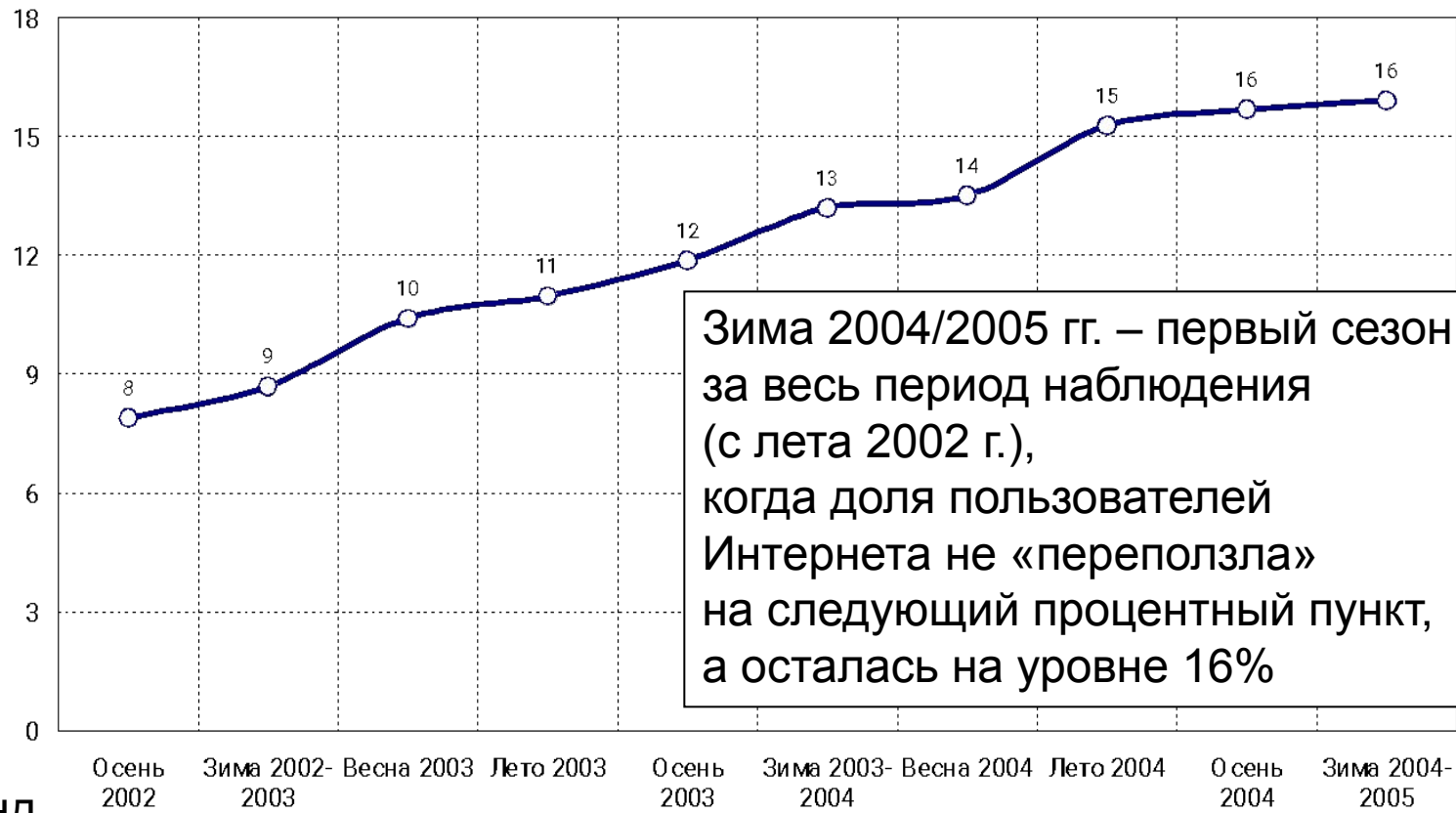
Выводы о темпах изменения популярности разных мест выхода в Сеть

- Число домашних пользователей неуклонно росло вплоть до прошедшей зимы со среднегодовым темпом 73%
- Среднегодовой темп роста числа выходящих в Сеть с работы до лета прошлого года составлял около 50%, после чего и вовсе началось снижение численности этой категории пользователей
- Число тех, кто выходит в Интернет по месту учебы увеличивалось каждый год на 44%, но зимой этого года наблюдалось сокращение
- Число тех, кто выходит в Интернет из Интернет-кафе увеличивалось каждый год на 66%, но зимой этого года наблюдалось сокращение

©Фонд

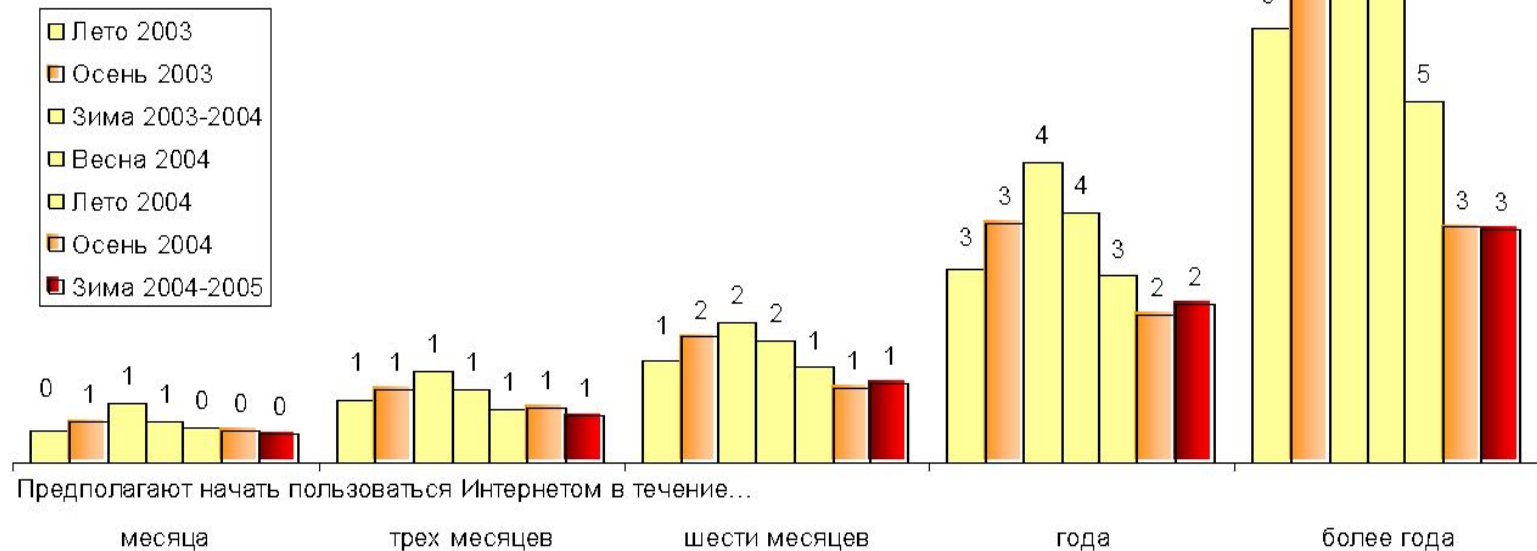


Итоговая динамика роста полугодовой аудитории Интернета, % в населении



Динамика резервов роста аудитории Интернета, % в населении (нарастающий итог)

«Есть ли у Вас желание пользоваться Интернетом
или такого желания нет?
А если есть, то когда Вы предполагаете
начать пользоваться Интернетом?»





Развитие исследований: Атлас «Интернет в субъектах РФ»

- Репрезентируется каждый из 69-ти субъектов РФ (на их территории проживает 93,4% населения России)
- Метод: одномоментные персональные интервью по месту жительства респондентов
- Параметры каждой волны исследований:
 - В каждом субъекте РФ опрашивается 500 респондентов, всего - 34500 респондентов
 - Москва, Санкт-Петербург и еще 62 города республиканского, краевого, областного и окружного подчинения
 - 850 районов (более половины из 1648 существующих)
 - 991 городской населенный пункт (более трети из 2709 существующих)
 - 963 сельских населенных пунктов
- Исследуется:
 - число пользователей Интернета в каждом субъекте РФ
 - особенности пользования Интернетом в социально-демографических и иных группах в рамках каждого федерального округа
- В течение двух лет прошло 8 волн исследований

©Фонд