Российский Интернет: реалии и возможности

Круглый стол

18.02.2009

Институт современного развития

ФОМ

Аналитические отчеты

на основе исследования **Социо-Интернет-Мониторинг**

«СИМ: Общество»

- Оценка уровня интернетизации населения
  - Интернет-аудитории
  - Группы непользователей
- Уровень проникновения Интернета в разные социальные слои, проявление цифрового неравенства
  - Подробные социально-демографические характеристики разных групп населения
  - Проникновение Интернета в образовательные учреждения
- Базовые характеристики пользователей и непользователей
  - Наличие в семье компьютеров и телефонов
  - Продолжительность пользования Интернетом среди пользователей
  - значимость Интернета для различных групп интернет-пользователей
  - представления о начале пользования Интернетом среди непользователей
- Проблемы и барьеры развития Интернета
  - В разных социально-демографических группах, в разных группах непользователей
  - Социо-интернет – окружение непользователей Интернета (наличие знакомых, друзей – пользователей Интернета, наличие провайдеров)
- Готовность населения к развитию информационного общества
  - Попытки начать пользоваться Интернетом среди непользователей
  - Знание о возможностях Интернета
  - Представление о легкости / сложности пользования Интернетом
  - Интерес к информации об Интернете
  - Представления о целях использования Интернета

Аналитические отчеты

на основе исследования **Социо-Интернет-Мониторинг**

«СИМ: Интернет-бизнес»

- Аудитория российского Интернета
  - Объем и географическая структура аудитории (основа – недельная аудитория)
  - Динамика роста, в том числе по регионам
  - Место доступа
  - Основные характеристики пользователей
- Портрет пользователя
  - Подробные социально-демографические характеристики
  - Качество канала доступа в Интернет
  - Тематические интересы
  - Использование различных сервисов
- Потенциал роста
  - Характеристики потенциальных пользователей различных групп, распределение по регионам
  - Тематические интересы
  - Прогноз роста, сравнение с более развитыми рынками

Аналитические отчеты

на основе исследования **Социо-Интернет-Мониторинг**

«СИМ: Медиа»

- Аудитория российского Интернета
  - Объем и географическая структура аудитории (основа – недельная аудитория)
  - Динамика роста, в том числе по регионам
  - Место доступа
  - Основные характеристики пользователей
- Портрет пользователя
  - Подробные социально-демографические характеристики
  - Покупательная способность, желательно в привязке к экономическому состоянию регионов
  - Тематические интересы
  - Использование различных сервисов
  - Значимость Интернета
- Потенциал роста
  - Характеристики потенциальных пользователей различных групп, распределение по регионам
  - Текущие источники информации потенциальных пользователей
  - Прогноз роста, сравнение с более развитыми рынками

Аналитические отчеты

на основе исследования **Социо-Интернет-Мониторинг**

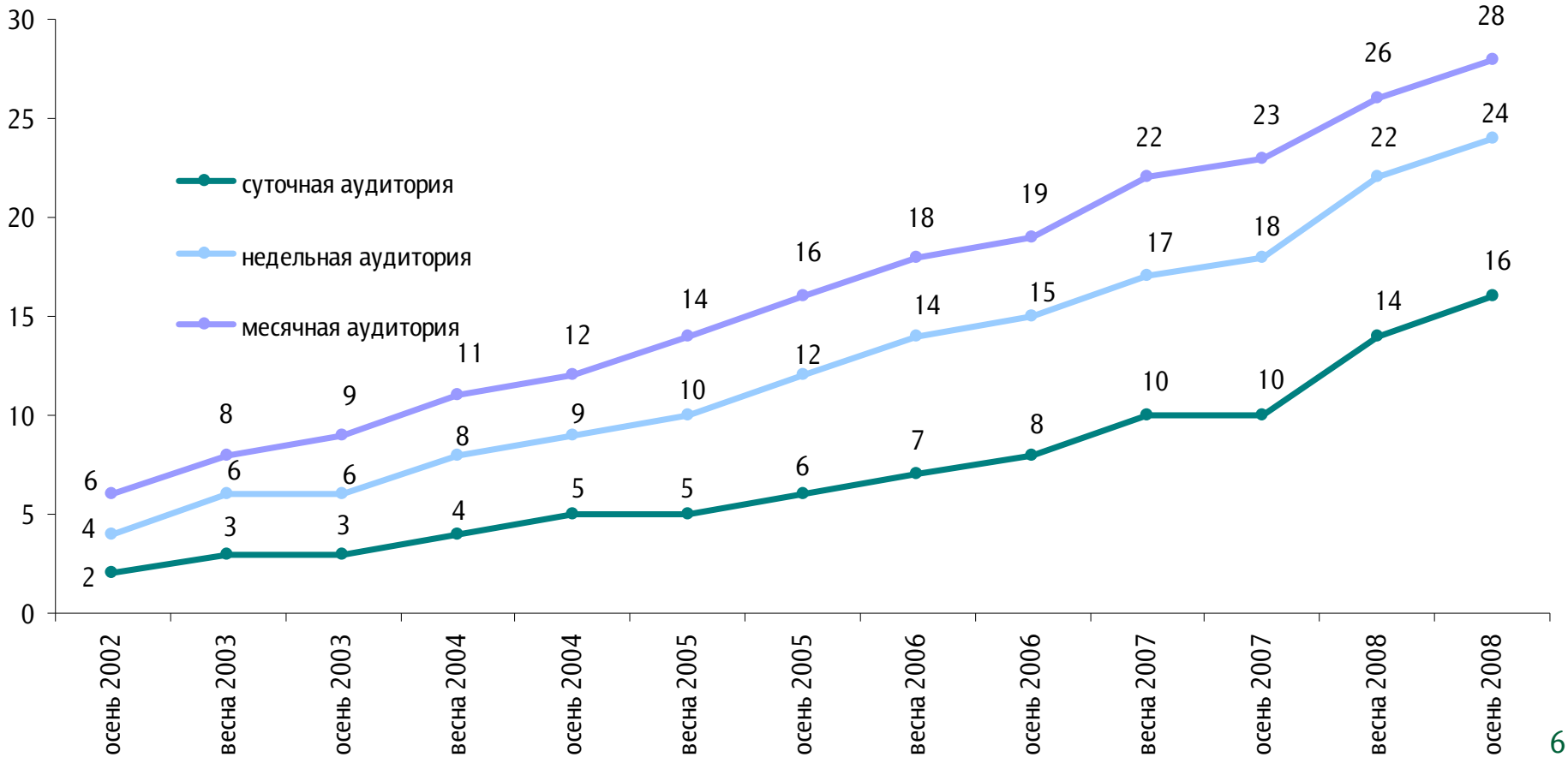
«СИМ: Интернет-провайдеры»

- Обеспеченность доступом к Интернету
  - Объем и географическая структура пользователей (основа – месячная аудитория)
  - Динамика роста, в том числе по регионам
  - Место доступа
  - Качество канала доступа в Интернет
- Портрет пользователя
  - Социально-демографические характеристики пользователей
  - Использование различных технологий доступа
  - Интенсивность пользования Интернетом
  - Затраты на доступ к Интернету
  - Использование различных сервисов – в привязке к технологиям доступа
- Потенциал роста
  - Характеристики потенциальных пользователей различных групп, распределение по регионам
  - Барьеры использования
  - Техническая обеспеченность
  - Уровень конкуренции провайдеров
  - Прогноз роста, сравнение с более развитыми рынками

Интернет-аудитория стабильно растет

Месячная интернет-аудитория среди взрослого населения составляет 28%.

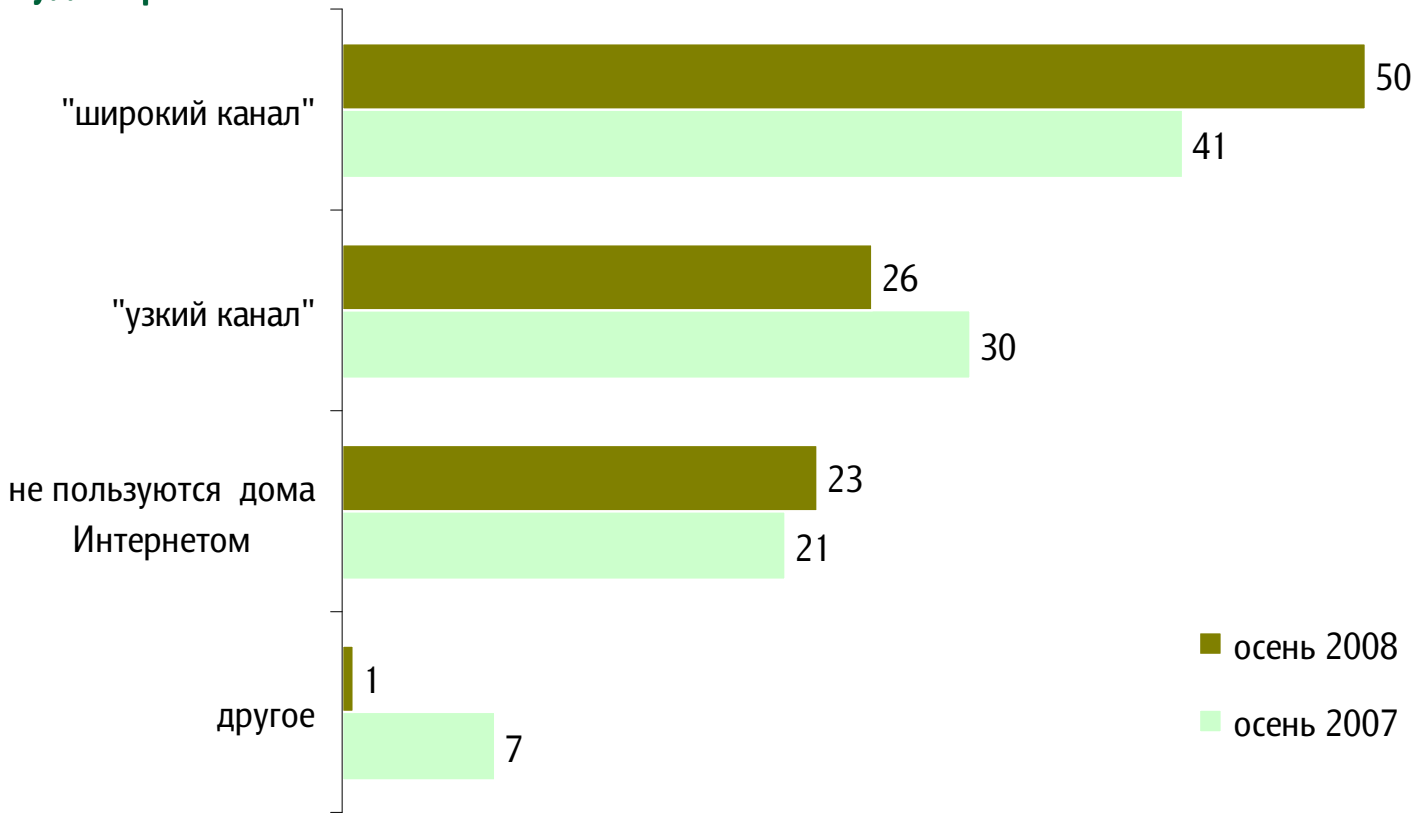
Полугодовая интернет-аудитория среди населения в возрасте от 12 лет осенью 2008 года составила 34%.



Развивается техническая инфраструктура

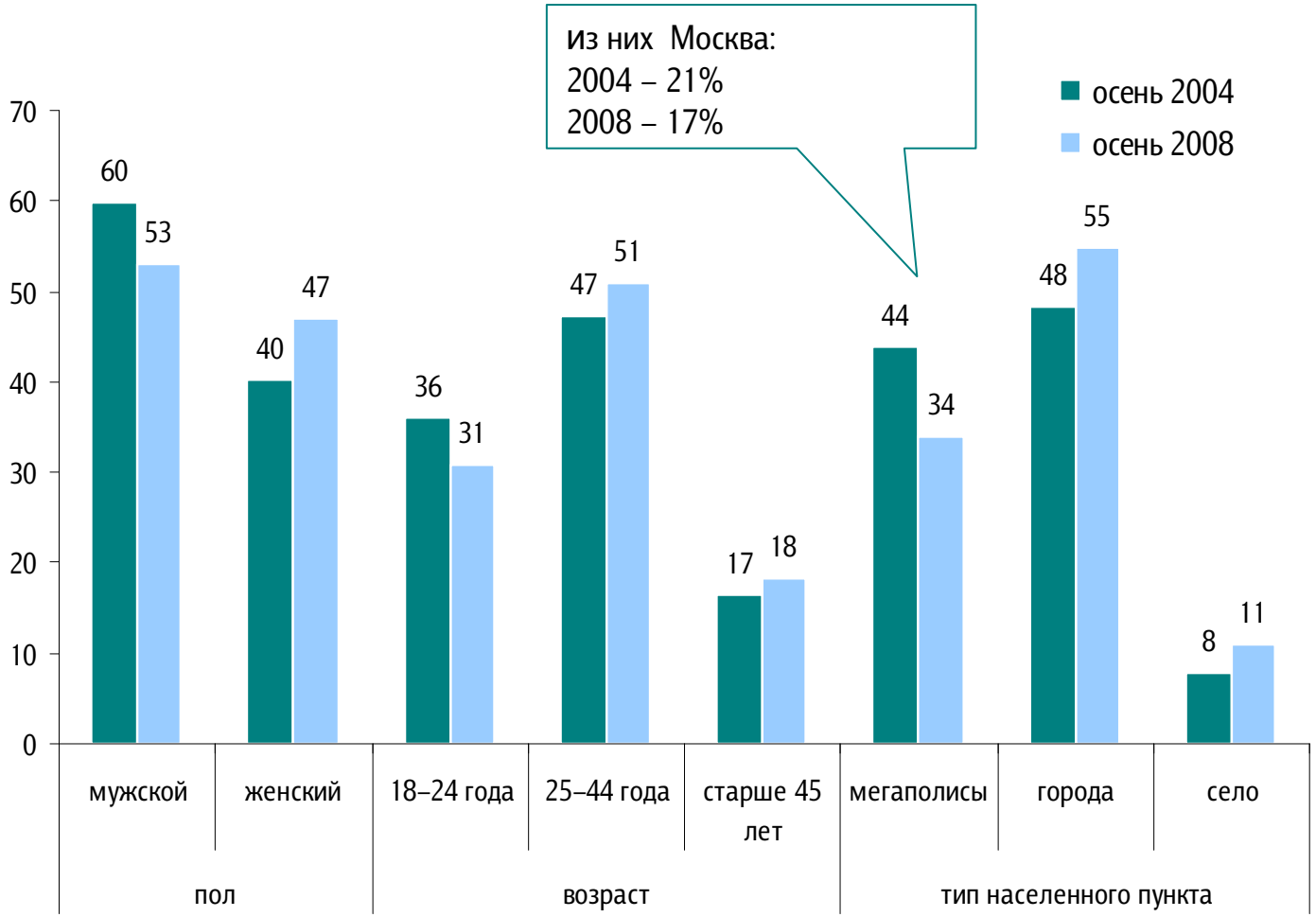
Широкополосный домашний Интернет становится более массовым.

Месячная аудитория



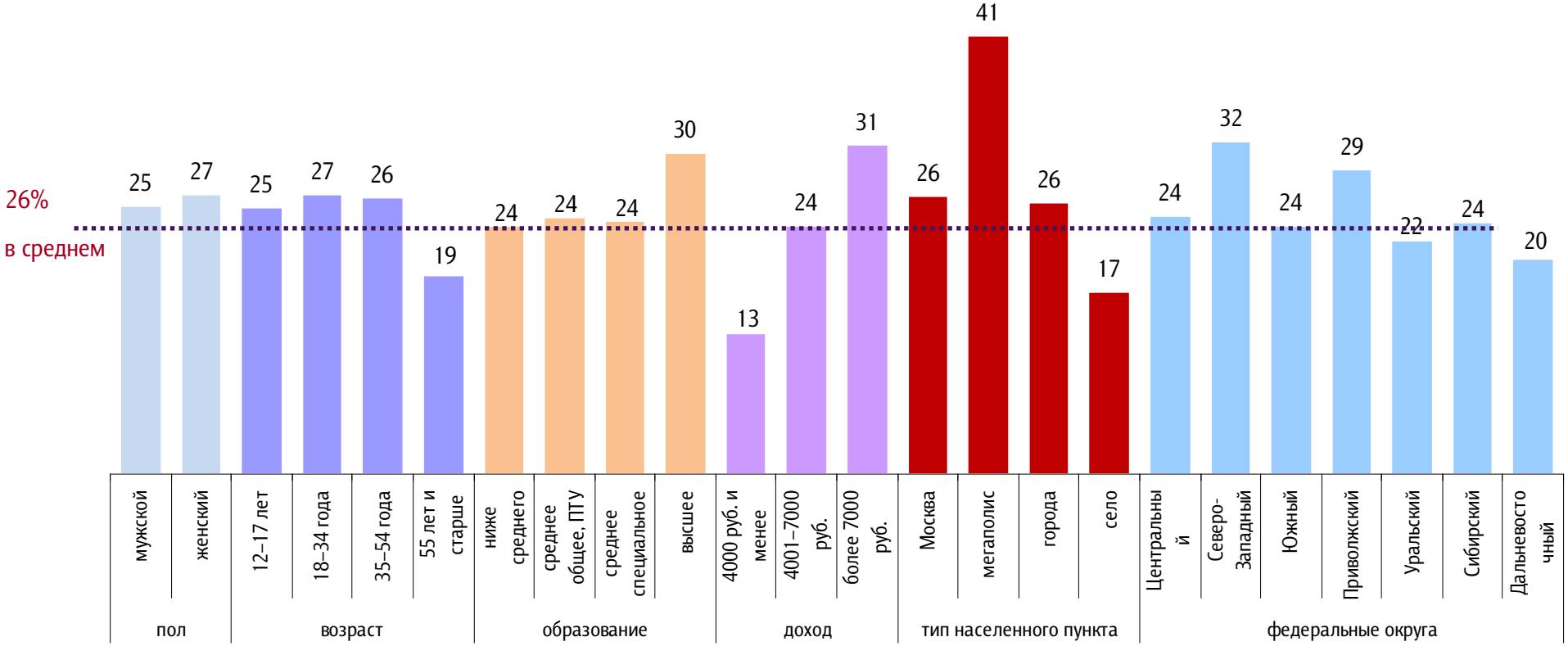
Интернет проникает во все слои общества…

Выравнивается гендерная структура.
Интернет взрослеет, идет в регионы.



… и становится важной частью жизни

Для многих Интернет становится значимым элементом жизни. **Четверть полугодовой** интернет-аудитории сказали, что без Интернета их **жизнь сильно изменится**.



Вроде бы все хорошо, НО…

Не у всех есть возможность пользоваться Интернетом

- Около 20% населения говорят, что хотят пользоваться Интернетом, но не имеют возможности.
- Из них около 40% ссылаются на финансовые трудности.
- Еще 12% говорят о технических проблемах, связанных с подключением Интернета.

Население недостаточно мотивировано...

- Интернетом не хотят пользоваться около 33% населения от 12 лет и старше.
- Половина из них заявляют, что не заинтересованы в Интернете, не находят в нем ничего интересного для себя.
- Около 17% людей, не пользующихся Интернетом, заявляют, что в местах их проживания есть интернет-провайдеры.

...но знает, что такое Интернет

При этом **большинство людей,** не пользующихся Интернетом (не считая тех, кто не знает, что это такое), **имеют общее представление** о его возможностях:

Ключевым становится не технический
или финансовый, а мотивационный барьер!

Интернетчики – базовый элемент развития общества

Это основной **человеческий капитал** и ключевая часть **современного общества**.

- Средний интернетчик на 10 лет моложе среднего россиянина (29 лет против 42).
- Среди интернет-пользователей в два раза больше людей с высшим образованием (30% против 15%).
- Интернетчики склонны к инновационному поведению и потреблению (во взрослой суточной интернет-аудитории **половина** – люди-XXI, **две трети** – **66%** – финансово активные).
- Интернет-пользователи более состоятельны финансово: среди них на 13% больше людей с высоким доходом (доход на человека в месяц более 7000 рублей).
- Среди интернетчиков больше людей, занятых высококвалифицированным и управленческим трудом (руководителей – 10% против 6%; специалистов с высшим образованием – 24% против 12%).

Кризис гнет, но пока не ломает

- Благодаря своей квалификации более уверены в себе. Среди самых активных интернет-пользователей, работающих по найму, **более половины (55%)** считают, что **увольнение** по сокращению штатов в ближайшее время им **не грозит**. В целом по стране этот показатель – 45%.
- При этом представители данной группы чуть чаще, чем работающие в целом, указывают на то, что **кризис коснулся их предприятия** (17% говорят о сокращении премий, бонусов, 16% – о начавшихся сокращениях).
- Интернет-пользователи реже, чем население в целом, отмечают ухудшение своего материального благосостояния (**34%** против **42%**).
- Влияние кризиса на интернет-пользователей сглаживается высоким запасом прочности этой группы. Она может противостоять экономическому кризису за счет высокой **социальной энергетики**.
- Однако среди тех, **кто по интегральному показателю воздействия кризиса** попадает в группу наиболее сильно подверженных кризису, **доля суточной интернет-аудитории составляет 27%,** то есть на 6.п.п. выше, чем в среднем.

Активная адаптация к проблемам

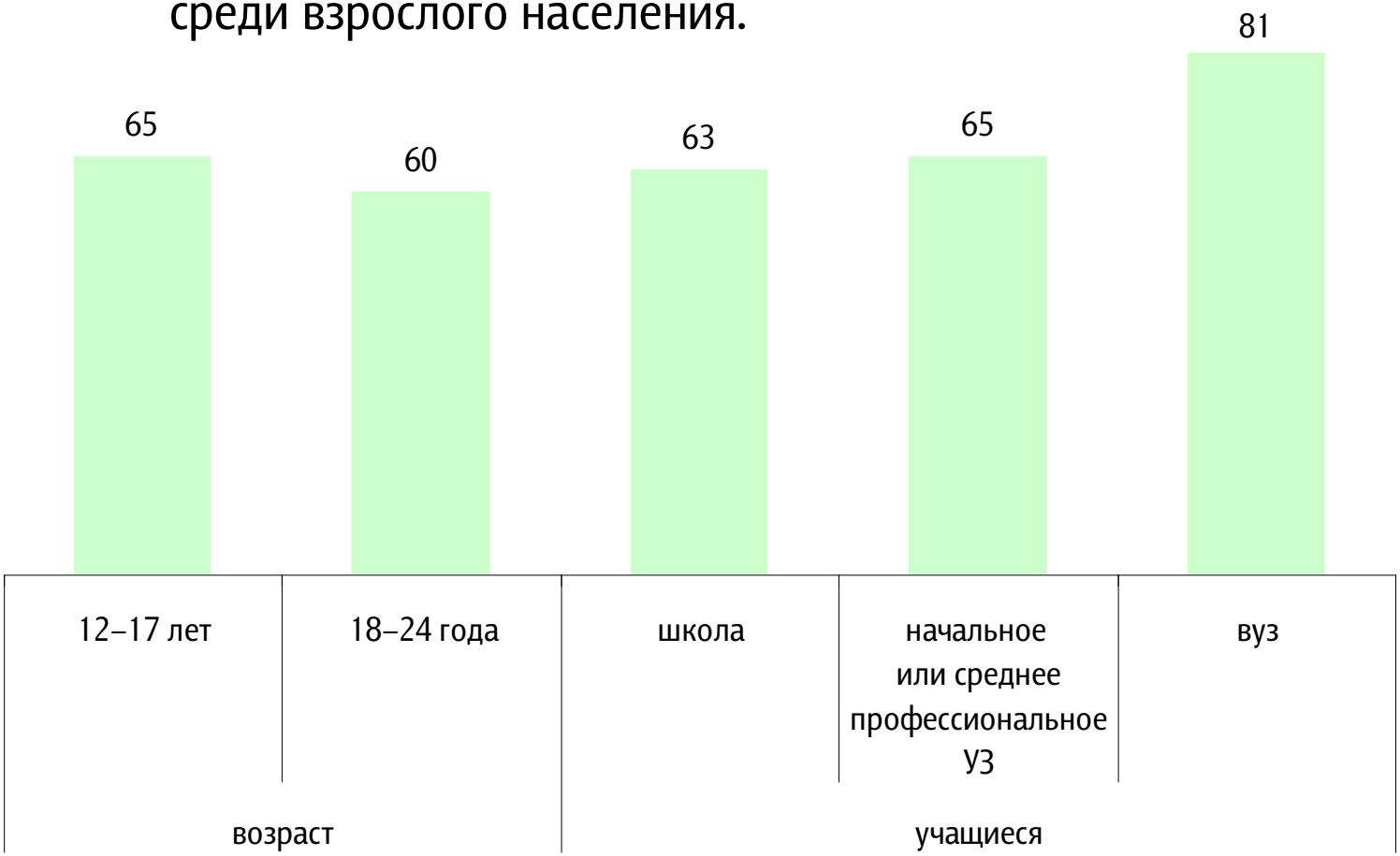
Интернет-пользователи заявляют о себе как о группе, **активно адаптирующейся** к возможной проблеме ухудшения благосостояния.

С ними надо работать!

На них можно опереться!

Молодежь уже в Интернете

Месячная интернет-аудитория среди молодежи как минимум **вдвое больше**, чем в целом по стране среди взрослого населения.



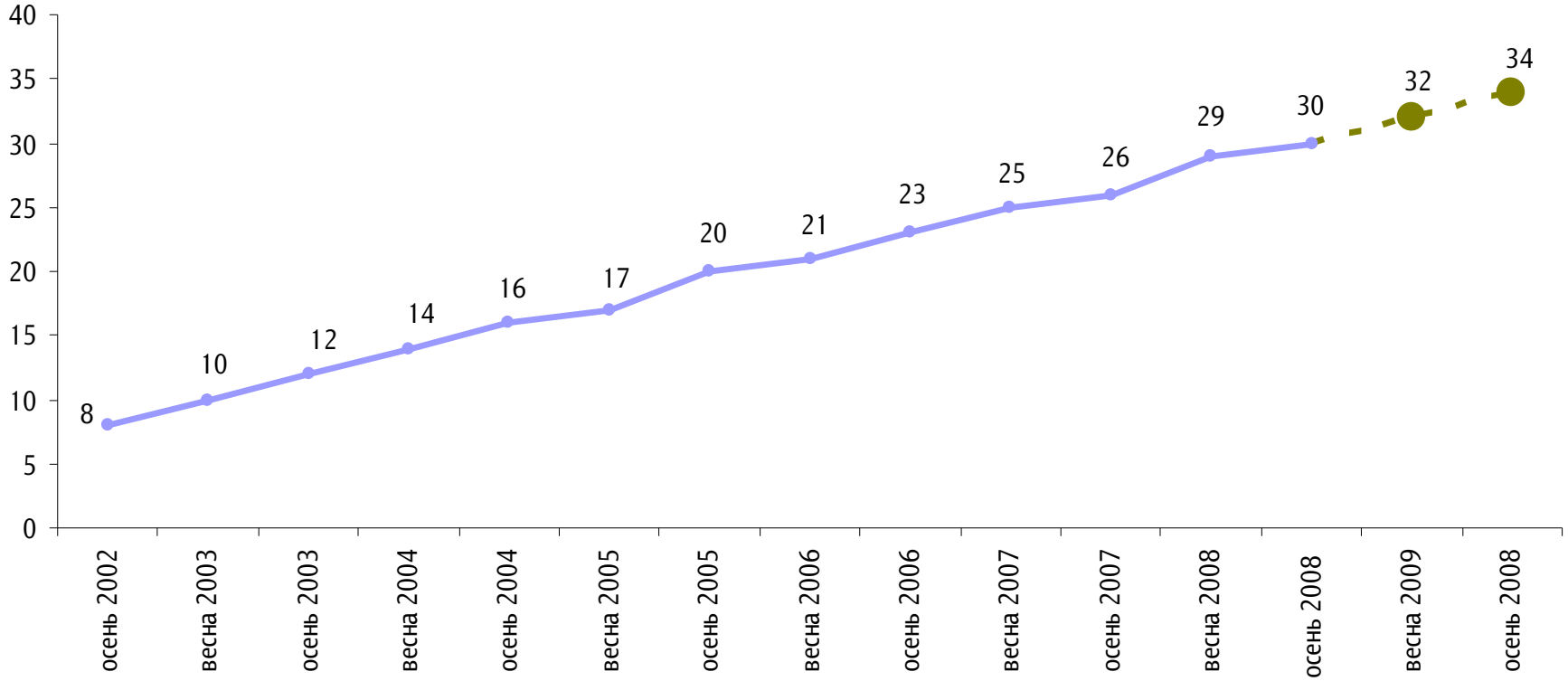
Интернетизация образовательных учреждений остается недостаточной

- Около **трети (32%)** учащихся старше 12 лет в разных образовательных учреждениях заявляют, что не имеют возможности пользоваться Интернетом.
- Лишь **30%** говорят, что могут выйти в Интернет не только на специальных занятиях, но и по необходимости.

Наличие возможности пользоваться Интернетом в образовательных учреждениях

Потенциал развития Интернета как среды велик

- В течение года полугодовая аудитория среди взрослого населения вырастет до 34%.
- О своих планах начать пользоваться Интернетом заявили 3,5% населения.



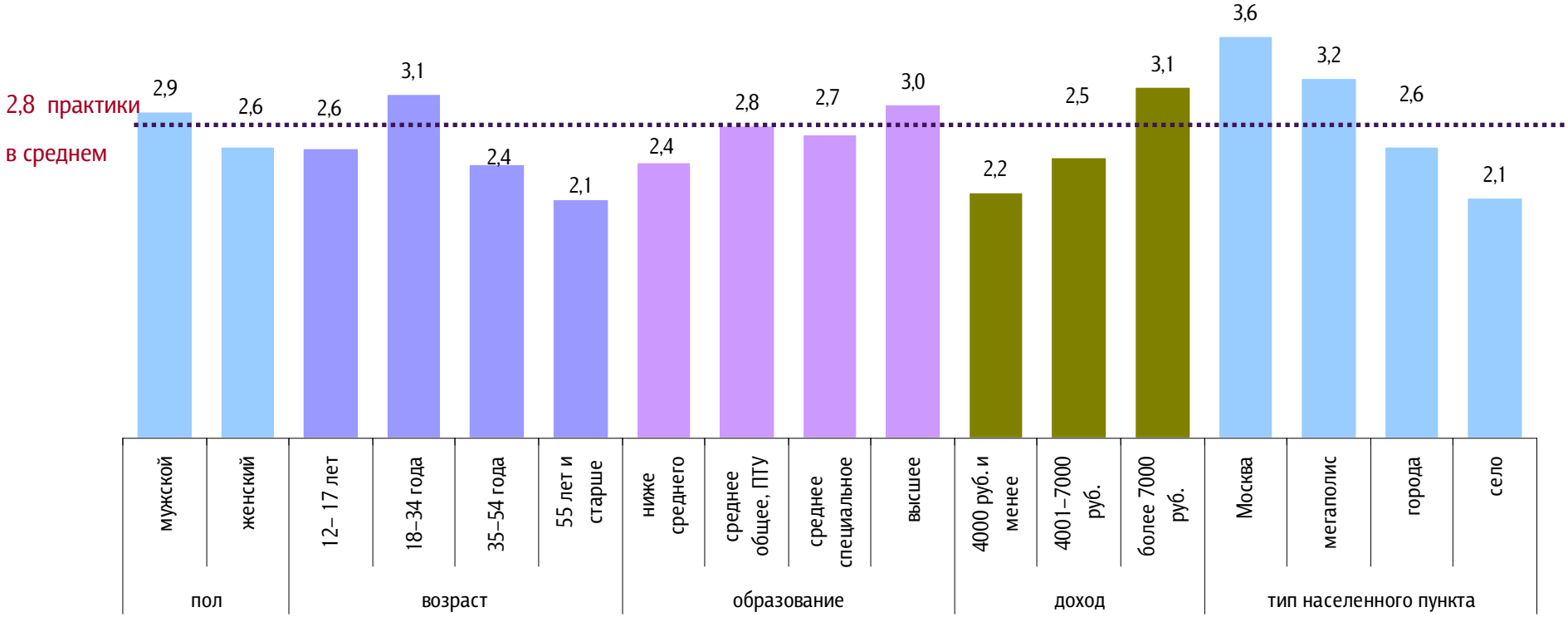
Разноплановость современного Интернета

- Структура доступа к Интернету становятся более приспособленной для интенсивного и разнопланового пользования Интернетом.
- Однако разрыв по степени популярности между простыми и «сложными» возможностями Сети остается достаточно серьезным.

Какими службами Вы обычно пользуетесь в Интернете?

Межгрупповые различия в использовании практик

Для того чтобы интернет-потенциал реализовывался, необходимо, чтобы у пользователей были финансовые и технические возможности.



Тематические интересы

Темы страниц, на которых провели больше всего времени

Задачи на перспективу

- Сохранить и приумножить социальную энергетику группы интернет-пользователей.
- Сохранить и приумножить темпы роста интернет-аудитории.
- Обеспечить реализацию потенциала интернет-аудитории.

СИМ = инструментарий для изучения потребностей и мотивов, поиска рецептов для решения поставленных задач и преодоления существующих барьеров развития.

Источники данных:

ФОМ

- **Регулярные бюллетени «Интернет в России»** *(стр. 3, 5, 23)*
  - http://www.fom.ru/projects/23.html

- **Опрос Социо-Интернет-Мониторинг** *(стр. 6, 9, 10, 11, 21, 22, 24, 25, 26)*
  - Исследуемая совокупность – население России в возрасте от 12 лет и старше
  - Объем выборки – 6000 респондентов
  - Опрос проводился в октябре – ноябре 2008 года

- **Опрос «Интернет ГуманИс»** *(стр. 4)*
  - Исследуемая совокупность – месячная интернет-аудитория России в возрасте от 16 лет и старше
  - Объем выборки – 1500 респондентов
  - Опрос проводился в октября 2007 года

- **Общероссийские опросы населения** *(стр. 15, 16, 17)*
  - Исследуемая совокупность – население России в возрасте от 18 лет и старше
  - Совокупный объем выборки 8000 респондентов
  - Опросы проводились в январе – феврале 2009 года

Контакты

Фонд Общественное Мнение

Москва, ул. Островная, вл. 2
тел.: +7 (495) 745-87-65
факс: +7 (495) 745-89-03

Сайт: www.fom.ru
Электронная почта: fom@fom.ru

Спасибо за внимание!