



Пользователь интернет-денег – кто ты?



Павел ЛЕБЕДЕВ,
руководитель проекта
«Мир Интернета»,
Фонд
«Общественное мнение»

Фонд «Общественное мнение» регулярно изучает российских пользователей Интернета и специфику их поведения во Всемирной Паутине. Так, летом 2009 г. к месячной интернет-аудитории (см. справку «СТ». – прим. ред.) среди городских жителей от 18 лет и старше можно отнести около 31,6 млн человек (37% взрослого населения в городах). Для примера, в Канаде вообще проживает около 34 млн человек.

Современный интернет-пользователь активно осваивает различные возможности Сети, не ограничиваясь ставшими уже классическими поисковыми сервисами и электронной почтой. Очень

популярными за последнее время стали социальные сети («Одноклассники», «Вконтакте» и т.п.) – ими пользовался каждый второй интернет-пользователь (49%). Финансовые практики в Интернете менее распространены. Пользователи, вовлеченные в финансовые активности в Интернете, составляют около 16% месячной интернет-аудитории (около 5 млн человек – что тоже в общем-то не мало и сопоставимо с населением таких стран, как Финляндия, Норвегия).

Интересен также следующий факт. Относительный показатель практически не изменился за два года (в октябре 2007 г. он составил 15%). Однако достаточно сильно изменилась социально-демографическая структура этой группы. В октябре 2007 г. мужчины составляли 60% группы, а в августе 2009 г. только 49%. Средний возраст увеличился на один год. Так же заметно приобщение к финансовым активностям в Интернете людей с невысоким доходом. Если в 2007 г. 75% рассматриваемой группы определяли свое материальное положение как «денег вполне хватает на покупку крупной бы-

товой техники, но мы не можем купить новую машину» и выше, то в 2009 г. их стало всего 49% (подробнее см. таблицу).

Приведенные данные свидетельствуют, что рост пользующихся финансовыми интернет-услугами прямо связан с ростом общего числа интернет-пользователей. Очевидно, что этот процесс будет продолжаться постепенно, параллельно с развитием Интернета в регионах, его проникновением в небольшие города, со снижением цены доступа к Интернету. Сейчас же пока финансовые интернет-активности больше распространены среди жителей городов-миллионников (22%) и людей со среднемесячным доходом на члена семьи больше 15 тыс. руб. (31%).

Использование электронных денег пока еще остается достаточно экзотичной практикой. Ее освоили около 7% месячной аудитории, примерно столько же пользователей ведут свои блоги (интернет-дневники). Тем не менее даже такой небольшой, казалось бы, процент – а это около 2 млн человек – сравним с населением Словении или Латвии.

Справка «Современной торговли»

►► Под месячной интернет-аудиторией подразумеваются люди, пользовавшиеся Интернетом хотя бы раз в течение последнего месяца. Далее, говоря об интернет-пользователях и приводя какие-то цифры, я буду иметь в виду именно представителей городской месячной интернет-аудитории.

На диаграмме 1 показано, как распространено использование электронных денег в разных социально-демографических группах интернет-пользователей.

В группе высокодоходных интернет-пользователей электронными деньгами пользуется почти каждый пятый. А среди мужчин, людей с высшим образованием, пользователей в возрасте 25–34 лет, а также жителей крупных городов – только один из десяти интернет-пользователей.

Если смотреть на социально-демографическую структуру группы пользующихся электронными деньгами, вырисовывается следующий портрет: это, скорее всего, мужчина в возрасте до 34 лет, с высшим образованием, среднемесячным доходом на человека в семье не менее 7 тыс. руб.

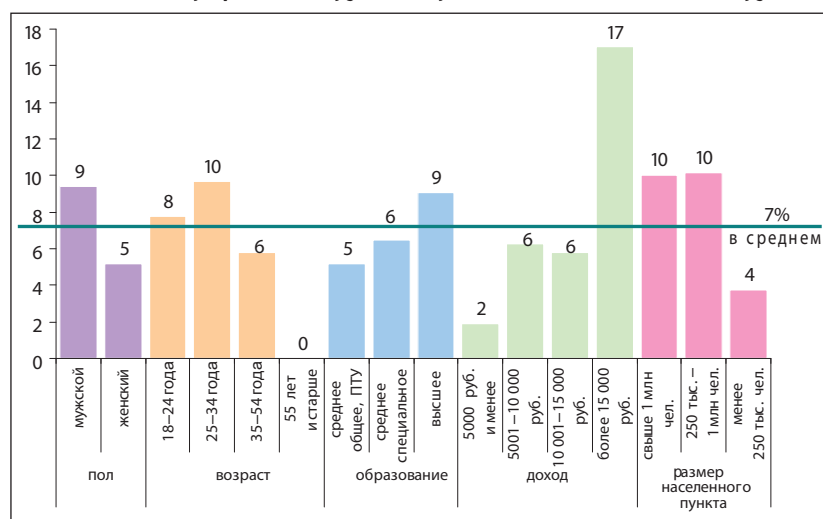
О большей социальной состоятельности и приспособленности к нынешней постоянно меняющейся ситуации рассматриваемой группы говорят следующие факты. С одной стороны, эти люди чаще говорят о наличии на работе определенных финансовых проблем. Каждый пятый говорит, что на работе снизилось число клиентов, почти каждый десятый говорит о невыплате бонусов, уменьшении зарплаты. Эти показатели существенно выше, чем среди городского населения в целом.

При этом среди людей, пользующихся электронными деньгами, больше людей, готовых активно адаптироваться к финансовым трудностям. Каждый десятый готов открыть свой бизнес или освоить новую профессию, а поиском дополнительного заработка займется четверо из десяти представителей этой

Таблица. Динамика основных социально-демографических характеристик группы тех, кто покупал, заказывал товары/услуги или расплачивался в Интернете электронными деньгами за последний к опросу месяц

	октябрь 2007	август 2009
Доля группы от городской месячной интернет-аудитории, старше 18 лет	15%	16%
Пол		
мужской	60%	49%
женский	40%	51%
Средний возраст		
среднее число полных лет	30 лет	31 год
Образование		
ниже высшего	49%	47%
высшее	51%	53%
Тип населенного пункта		
города с населением больше 1 млн чел.	53%	48%
другие города	47%	52%
Самооценка материального положения		
денег не хватает даже на питание	2%	2%
на питание денег хватает, но не хватает на покупку одежды и обуви	5%	13%
на покупку одежды и обуви денег хватает, но не хватает на покупку бытовой техники	18%	38%
денег вполне хватает на покупку крупной бытовой техники, но мы не можем купить новую машину	46%	39%
денег хватает на всё, кроме таких дорогих приобретений, как квартира, дом	27%	8%
материальных затруднений не испытываем, при необходимости могли бы приобрести квартиру, дом	2%	1%

Диаграмма 1. Доля пользующихся электронными деньгами среди разных социально-демографических групп интернет-пользователей, в % от групп



группы, если их материальное положение ухудшится.

Очевидно, что для того, чтобы доверять свои финансы электронной среде, нужно быть до-

статочно хорошо с ней знакомым. Доверие растет со временем и пониманием механизмов существования внутри нее. Результаты исследований показывают, что



Диаграмма 2. Социально-демографическая структура групп, в % от групп

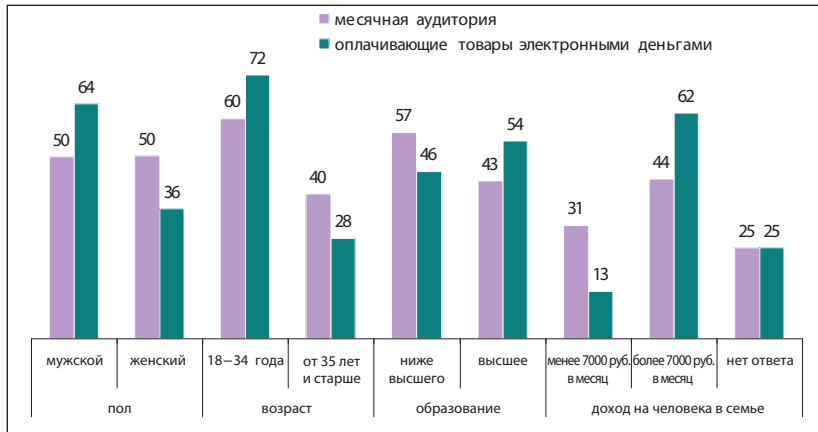


Диаграмма 3. Рабочие проблемы и адаптация к финансовым трудностям, в % от групп

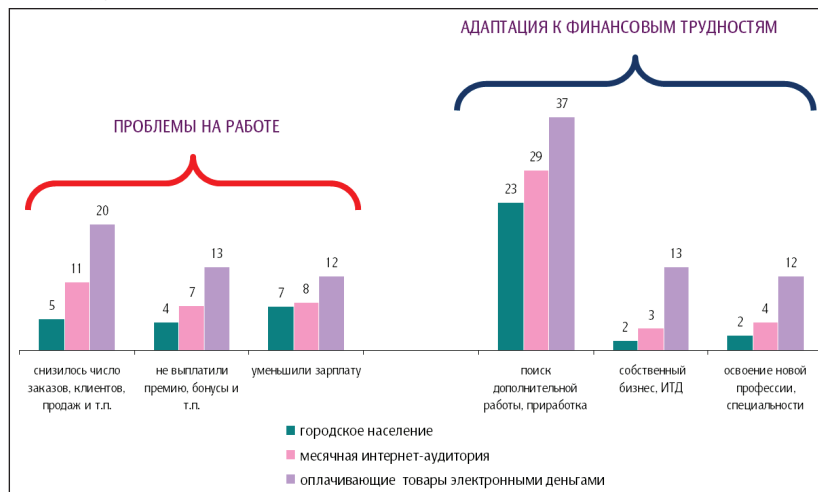
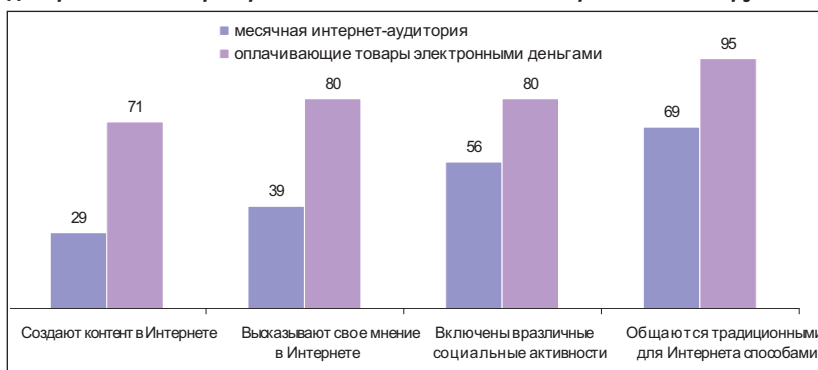


Диаграмма 4. Распространенность активностей в Интернете, в % от групп



оплачивающие товары электронными деньгами живут с ее помощью. Это не преувеличение. Они реализуют в Интернете и с его помощью обычные человеческие

потребности. Почти все общаются в Сети, используя традиционные средства коммуникации (электронная почта, мессенджеры типа ICQ и т.п.). Восемь из

десяти высказывают свое мнение в Интернете на различных публичных площадках (блогах, форумах, на сайтах СМИ и т.п.), а также включены в различные социальные активности (социальные сети, блоги). Около 70% выкладывают в Интернет созданный своими силами контент (начиная от фотографий, заканчивая собственным аудио/видео). Для таких людей Интернет становится не просто «еще одним элементом современной жизни», а ключевым ее элементом, определяющим повседневную жизнь. Как видно, среди месячной аудитории в целом все перечисленные активности распространены гораздо меньше.

Все приведенные в статье результаты свидетельствуют о том, что пользователи электронных денег – социально активная группа, готовая адаптироваться к проблемам и сложностям, активно вовлеченная в Интернет и использующая его в повседневной жизни. Такие, пока не очень многочисленные, люди составляют передовую линию осваивающих возможности новых технологий. Очевидно, что данная услуга продолжит и дальше распространяться среди пользователей Интернета. По результатам исследования, проведенного в марте 2009 г., около 14% месячной аудитории не покупали с помощью электронных денег, но хотели бы освоить такой сервис. Приведенная цифра не значит, что в ближайшее время доля пользующихся электронными деньгами увеличится в три раза. Скорее всего, ее следует рассматривать как своего рода сигнал о том, что у данного сервиса хороший потенциал для роста и дальнейшего распространения. **см**