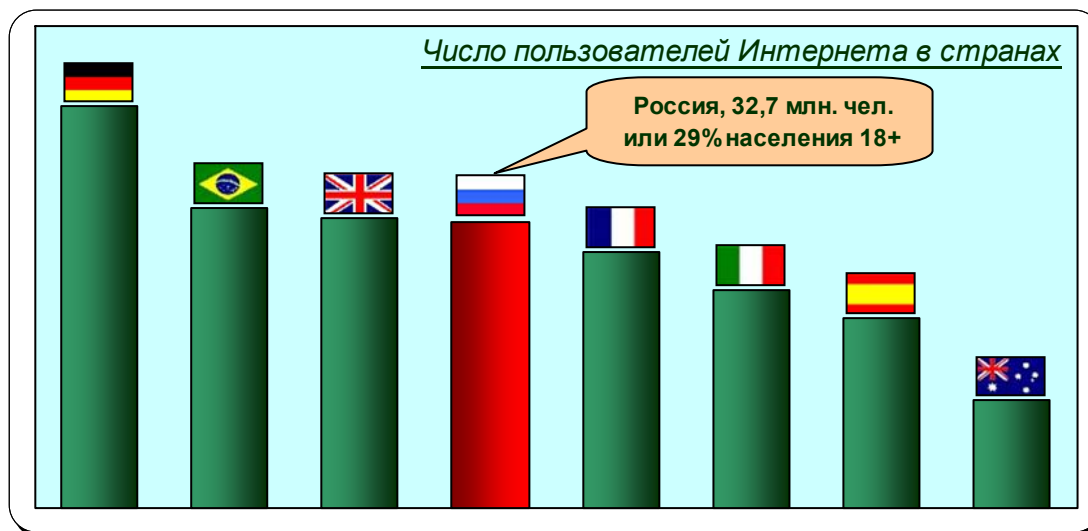




Опросы

«Интернет в России»





Содержание

1.	Основные результаты	3
2.	Методика.....	7
3.	Регионы России.....	8
4.	Активность пользования Интернетом	10
5.	Места пользования Интернетом	13
	<u>Структура пользователей:</u>	
6.	Пол.....	19
7.	Возраст	22
8.	Образование	25
9.	Доход	28
	<u>Структура месячной аудитории:</u>	
10.	Пол.....	31
11.	Возраст	34
12.	Образование	37
13.	Доход	40
14.	Для справки.....	43



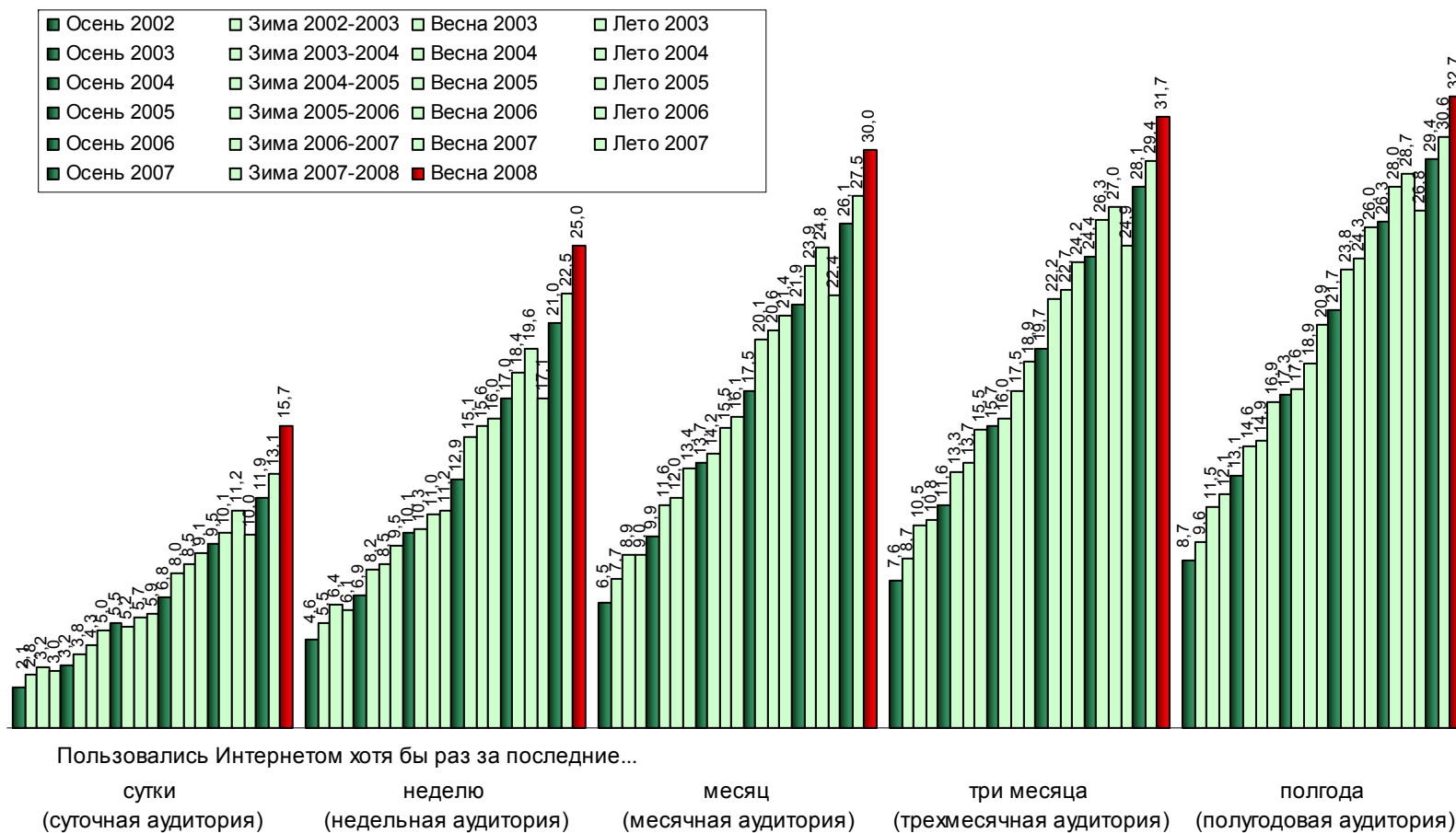
1. Основные результаты*

Их мы называем
пользователями
Интернета

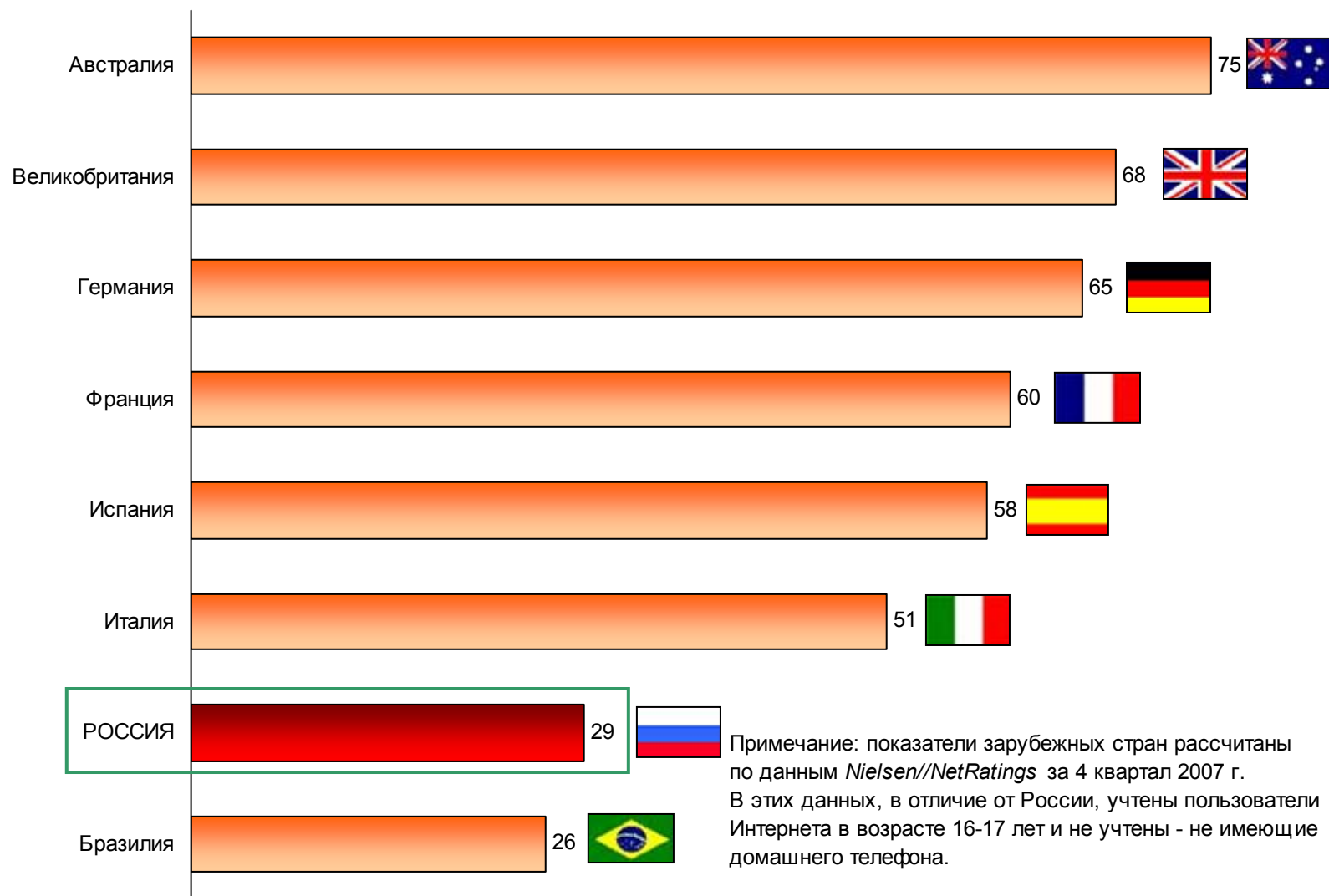
	Те, кто пользовался Интернетом хотя бы раз за последние:									
	6 месяцев (шестимесячная аудитория)		3 месяца (трехмесячная аудитория)		1 месяц (месячная аудитория)		неделю (недельная аудитория)		сутки (суточная аудитория)	
	%	млн. чел.	%	млн. чел.	%	млн. чел.	%	млн. чел.	%	млн. чел.
Осень 2002	8	8,7	7	7,6	6	6,5	4	4,6	2	2,1
Зима 2002-2003	9	9,6	8	8,7	7	7,7	5	5,5	3	2,8
Весна 2003	10	11,5	9	10,5	8	8,9	6	6,4	3	3,2
Лето 2003	11	12,1	10	10,8	8	9,0	6	6,1	3	3,0
Осень 2003	12	13,1	10	11,6	9	9,9	6	6,9	3	3,2
Зима 2003-2004	13	14,6	12	13,3	10	11,6	7	8,2	3	3,8
Весна 2004	14	14,9	12	13,7	11	12,0	8	8,5	4	3,3
Лето 2004	15	16,9	14	15,5	12	13,4	9	9,5	5	5,0
Осень 2004	16	17,3	14	15,7	12	13,7	9	10,1	5	5,5
Зима 2004-2005	16	17,6	15	16,0	13	14,2	9	10,3	5	5,2
Весна 2005	17	18,9	16	17,5	14	15,5	10	11,0	5	5,7
Лето 2005	19	20,9	17	18,9	15	16,1	10	11,2	5	5,9
Осень 2005	20	21,7	18	19,7	16	17,5	12	12,9	6	6,8
Зима 2005-2006	21	23,8	20	22,2	18	20,1	13	15,1	7	8,0
Весна 2006	21	24,3	20	22,7	18	20,6	14	15,6	7	8,5
Лето 2006	23	26,0	21	24,2	19	21,4	14	16,0	8	9,1
Осень 2006	23	26,3	21	24,4	19	21,9	15	17,0	8	9,5
Зима 2006-2007	25	28,0	23	26,3	21	23,9	16	18,4	9	10,1
Весна 2007	25	28,7	24	27,0	22	24,8	17	19,6	10	11,2
Лето 2007	24	26,8	22	24,9	20	22,4	15	17,1	9	10,0
Осень 2007	26	29,4	25	28,1	23	26,1	18	21,0	10	11,9
Зима 2007-2008	27	30,6	26	29,4	24	27,5	20	22,5	12	13,1
Весна 2008	29	32,7	28	31,7	26	30,0	22	25,0	14	15,7
<i>Изменение Зима-Весна</i>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3

*См. <http://www.fom.ru/projects/23.htm>

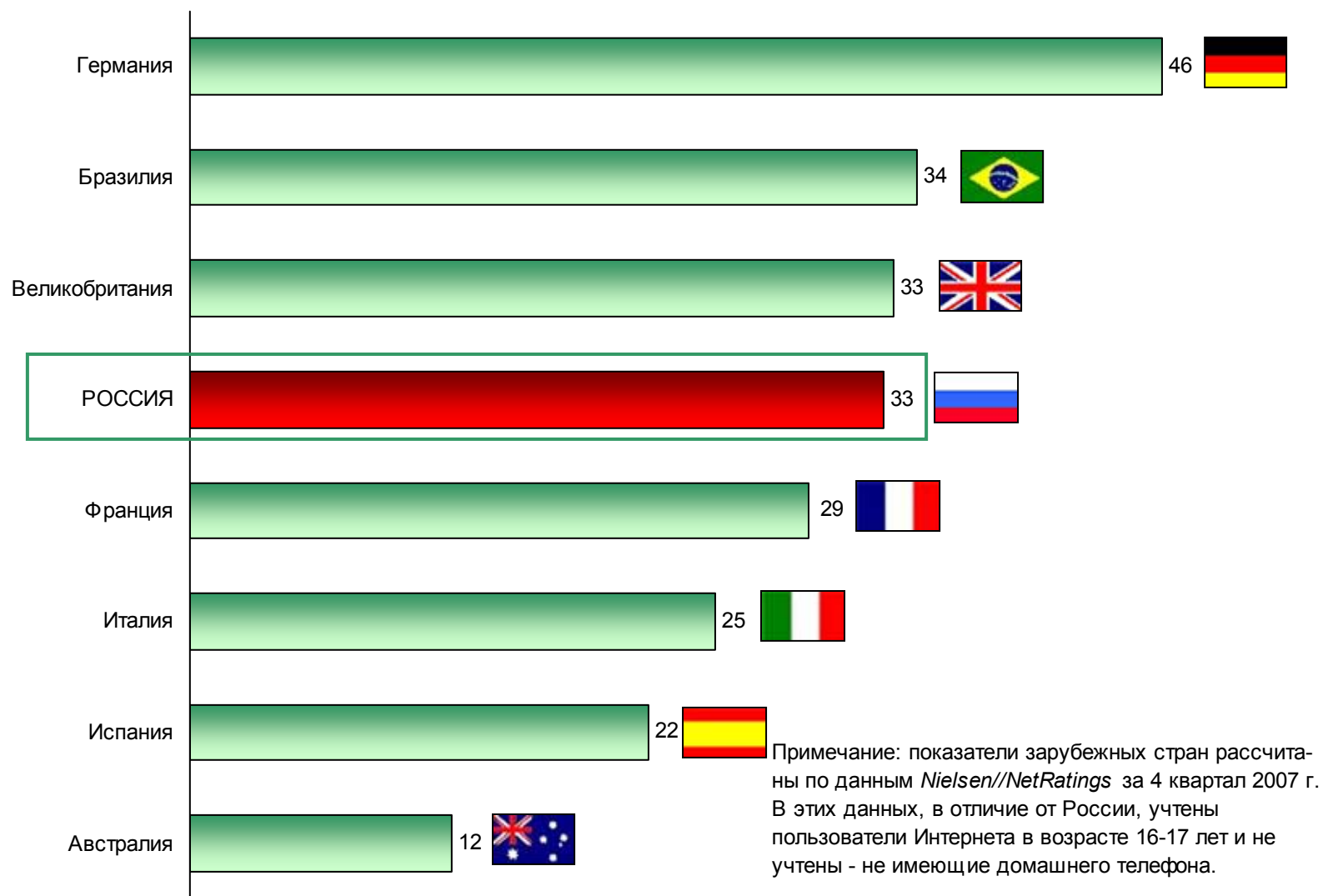
Динамика активности пользования Интернетом. Россия, млн. чел. (нарастающим итогом)



Доли пользователей Интернета в странах, % от населения



Число пользователей Интернета в странах, млн. чел.





2. Методика

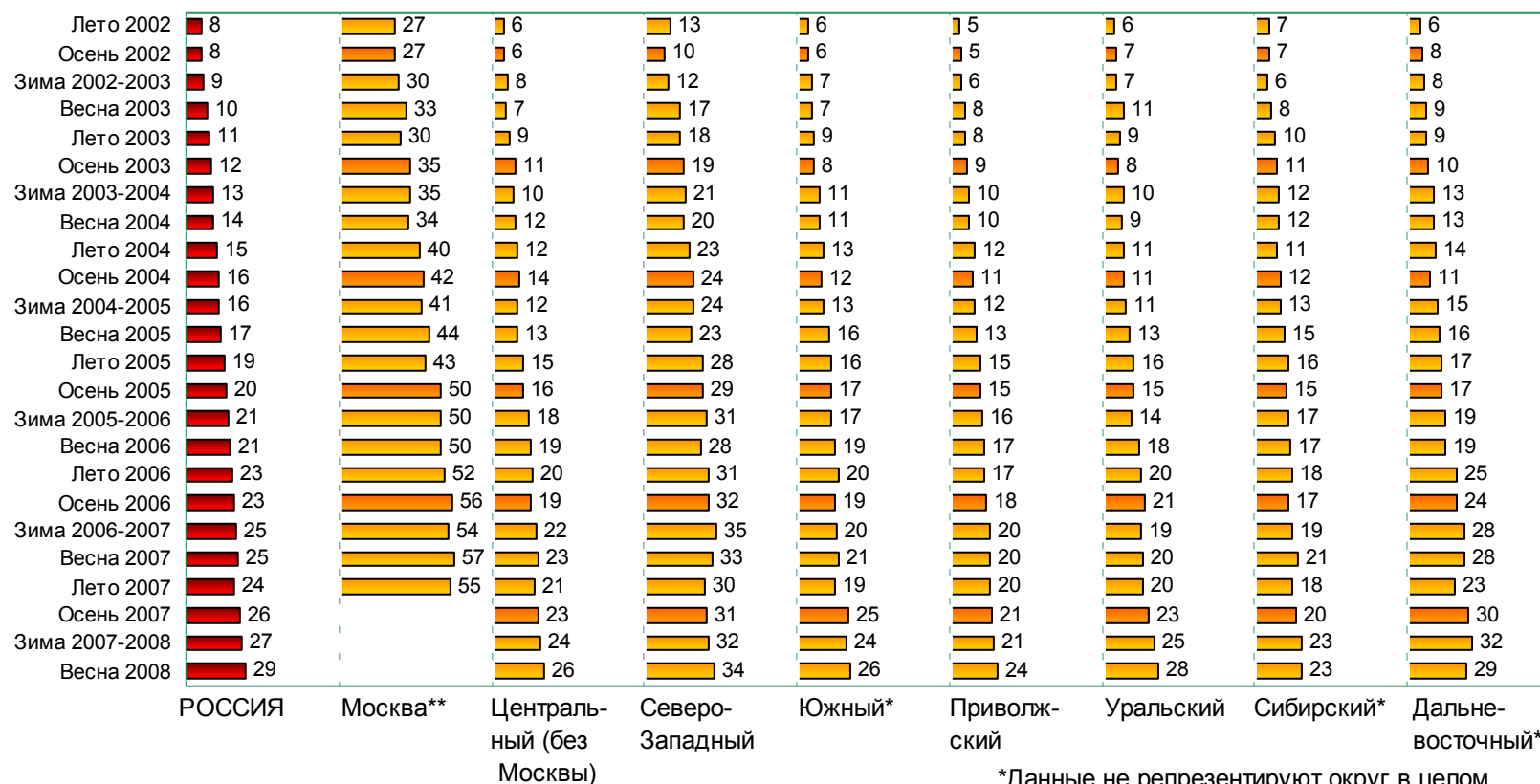
- ❖ **Источник данных – проект «Георейтинг»: репрезентативные мегаопросы в 68 субъектах РФ (94% населения страны)**
 - В каждом субъекте:
 - исследуемая совокупность – население в возрасте от 18 лет и старше
 - выборка – случайная территориальная трехступенчатая (административные районы, населенные пункты, домохозяйства) стратифицированная
 - объем выборки – 500 респондентов
 - статистическая погрешность не превышает 5,5%
 - Исследование в целом:
 - охватывает 1950 населенных пункта (674 города, 307 поселков городского типа, 969 сел)
 - суммарный объем выборки – 34 тыс. респондентов
 - Исследованием полностью репрезентируются население Центрального, Приволжского, Северо-Западного и Уральского федеральных округов. Население Южного, Сибирского и Дальневосточного федеральных округов исследование репрезентируют лишь отчасти
 - В Центральном и Приволжском федеральных округах исследованием охвачены все субъекты РФ; в Северо-Западном и Уральском федеральных округах – субъекты РФ, в которых проживает подавляющая часть населения этих округов (99,6 и 94,7% соответственно)
 - Исследование проводилось в период с 11 по 28 апреля 2008 г.
- ❖ **Метод – скрининг-отбор Интернет-пользователей по методу компании *Nielsen//NetRatings Inc.***
 - К категории «Пользователи Интернета» относятся все респонденты, давшие 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»
- ❖ **Отчет «Интернет в России» выпускается четыре раза в год (Весна, Лето, Осень, Зима)**
- ❖ **Сопоставление России с семью странами мира – на основе: Nielsen//NetRatings Global Internet Trends™ Regional Reports, Quarter 4, 2007; October - December 2007**



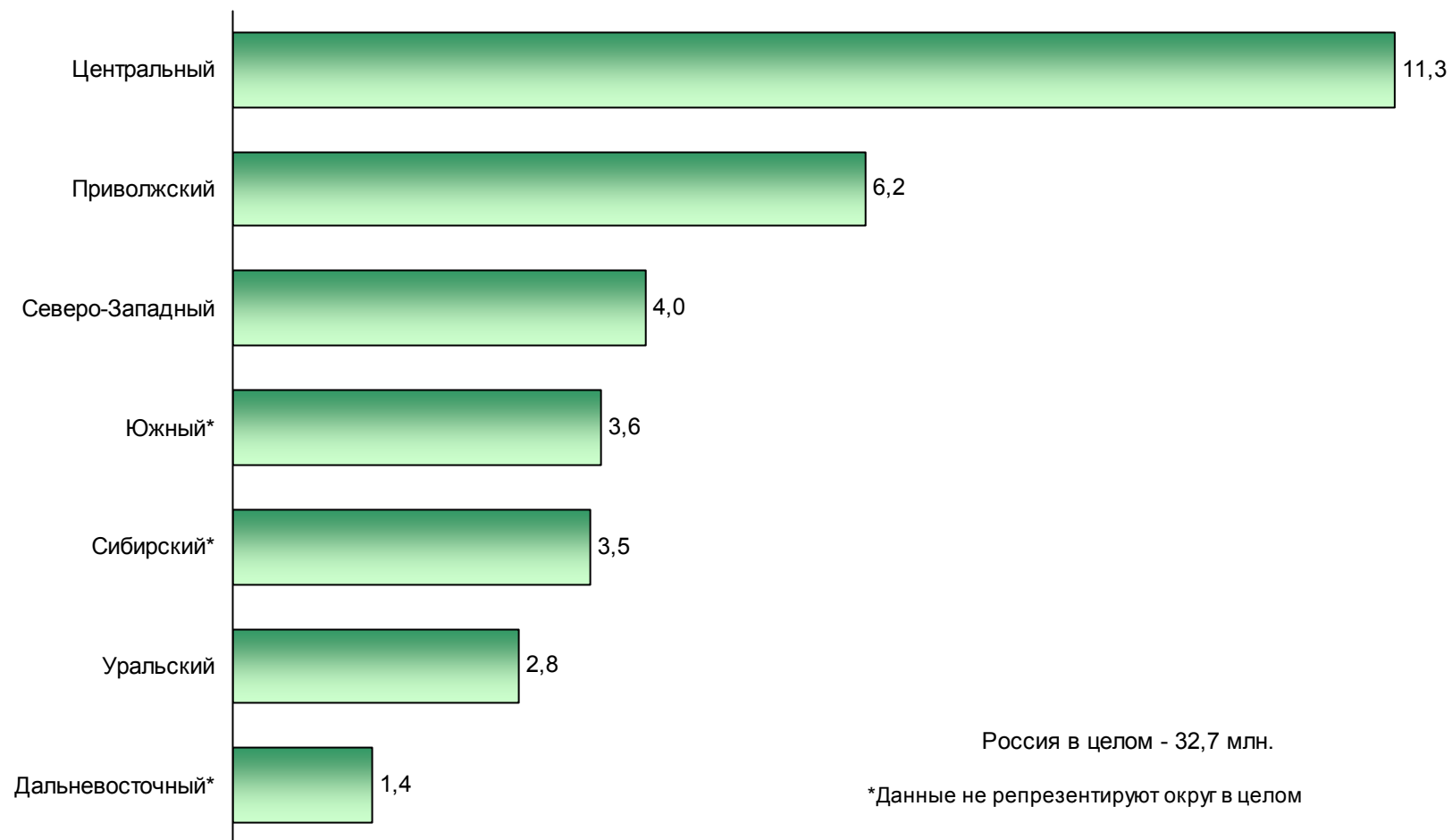
3. Регионы России

Доли пользователей Интернета в регионах,
% от населения региона



*Данные не репрезентируют округ в целом

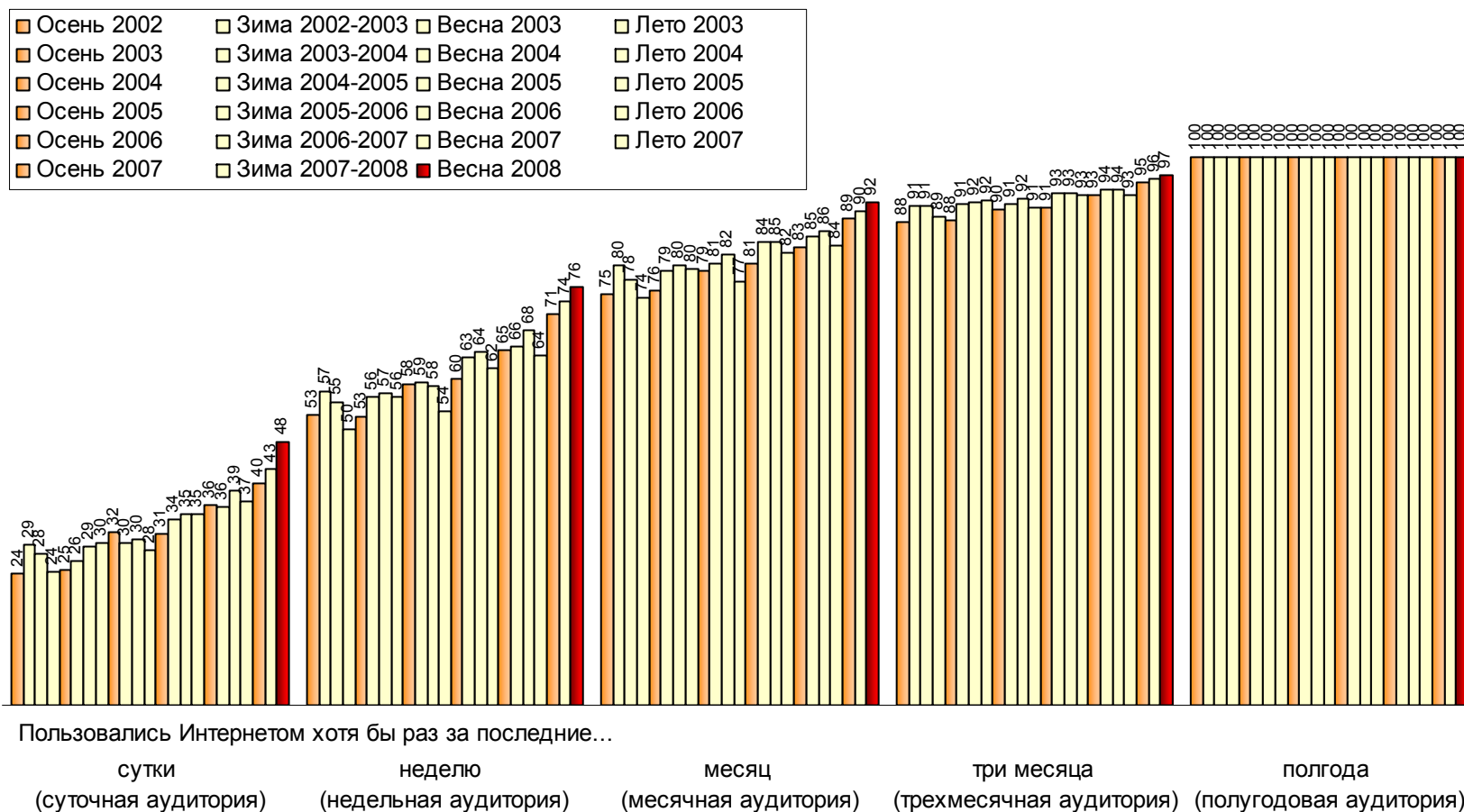
**Данные по Москве в этом отчете не приводятся из-за высокой статистической погрешности

Число пользователей Интернета в регионах, млн. чел.



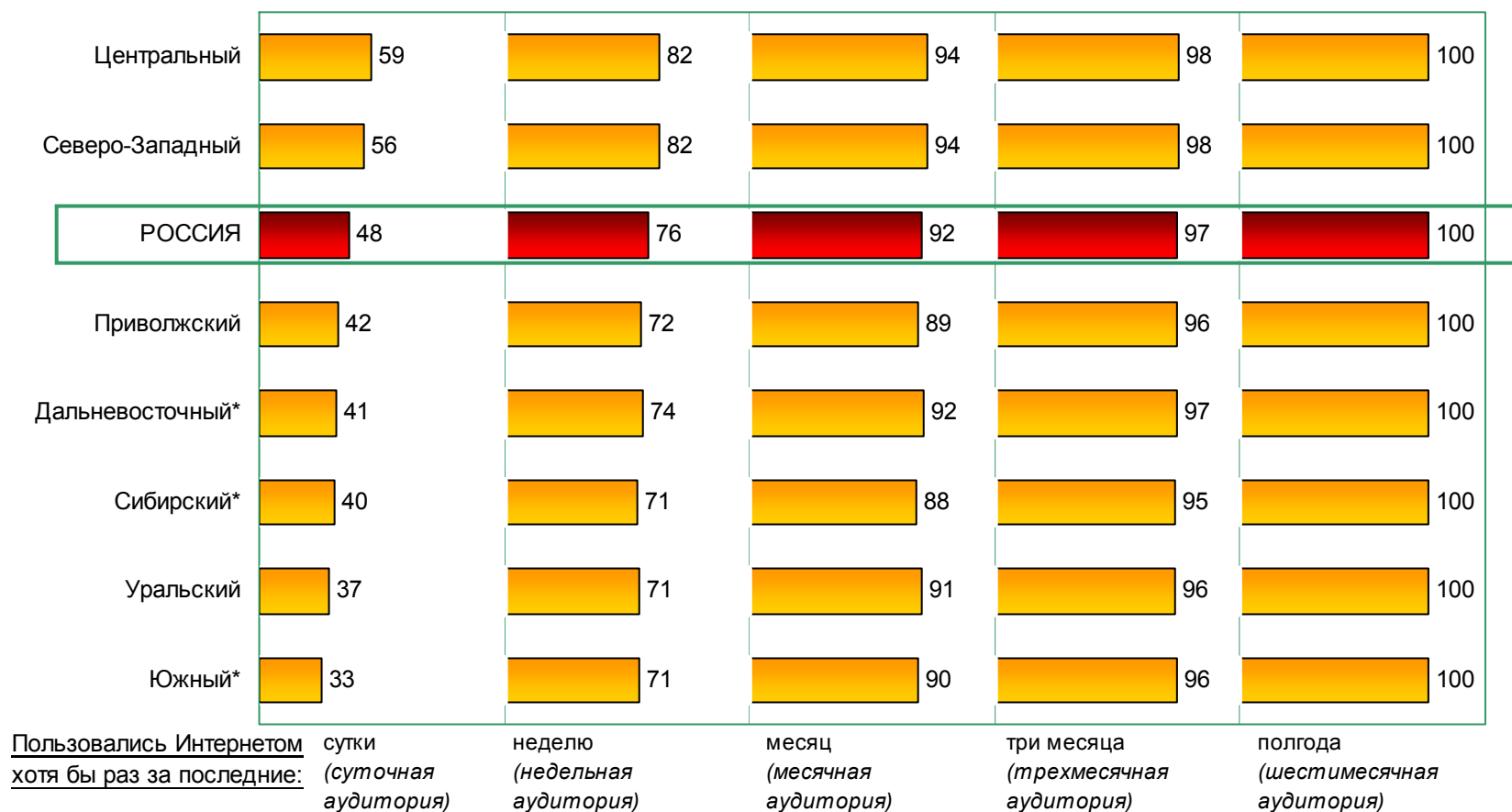
4. Активность пользования Интернетом

Динамика активности пользования Интернетом. Россия, % от числа пользователей (нарастающим итогом)



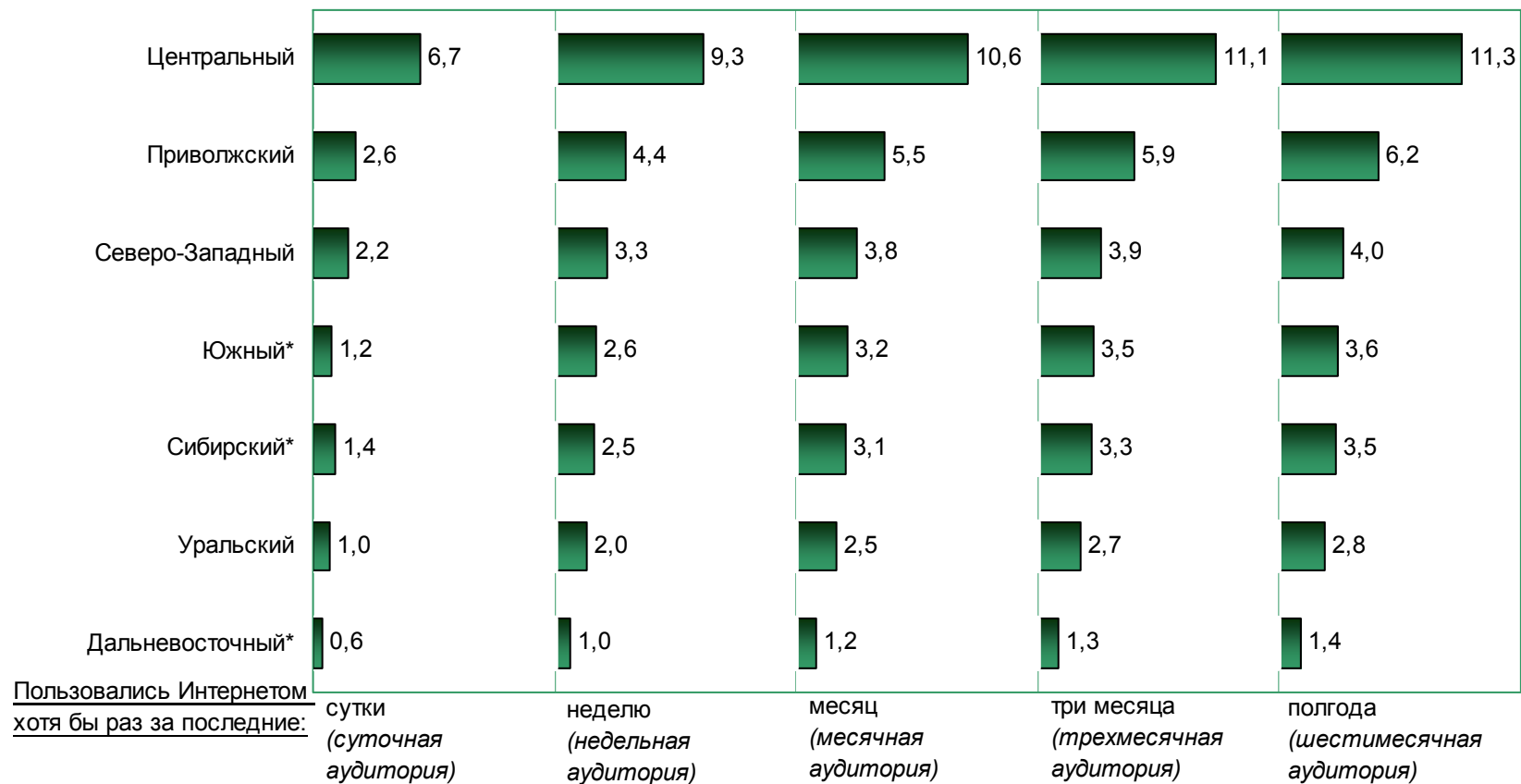
Примечание: динамика активности пользования Интернетом в абсолютном выражении приведена выше (см. с. 4).

Активность пользования Интернетом. Регионы. % от числа пользователей (нарастающим итогом)



*Данные не репрезентируют округ в целом

Активность пользования Интернетом. Регионы, млн. чел. (нарастающим итогом)

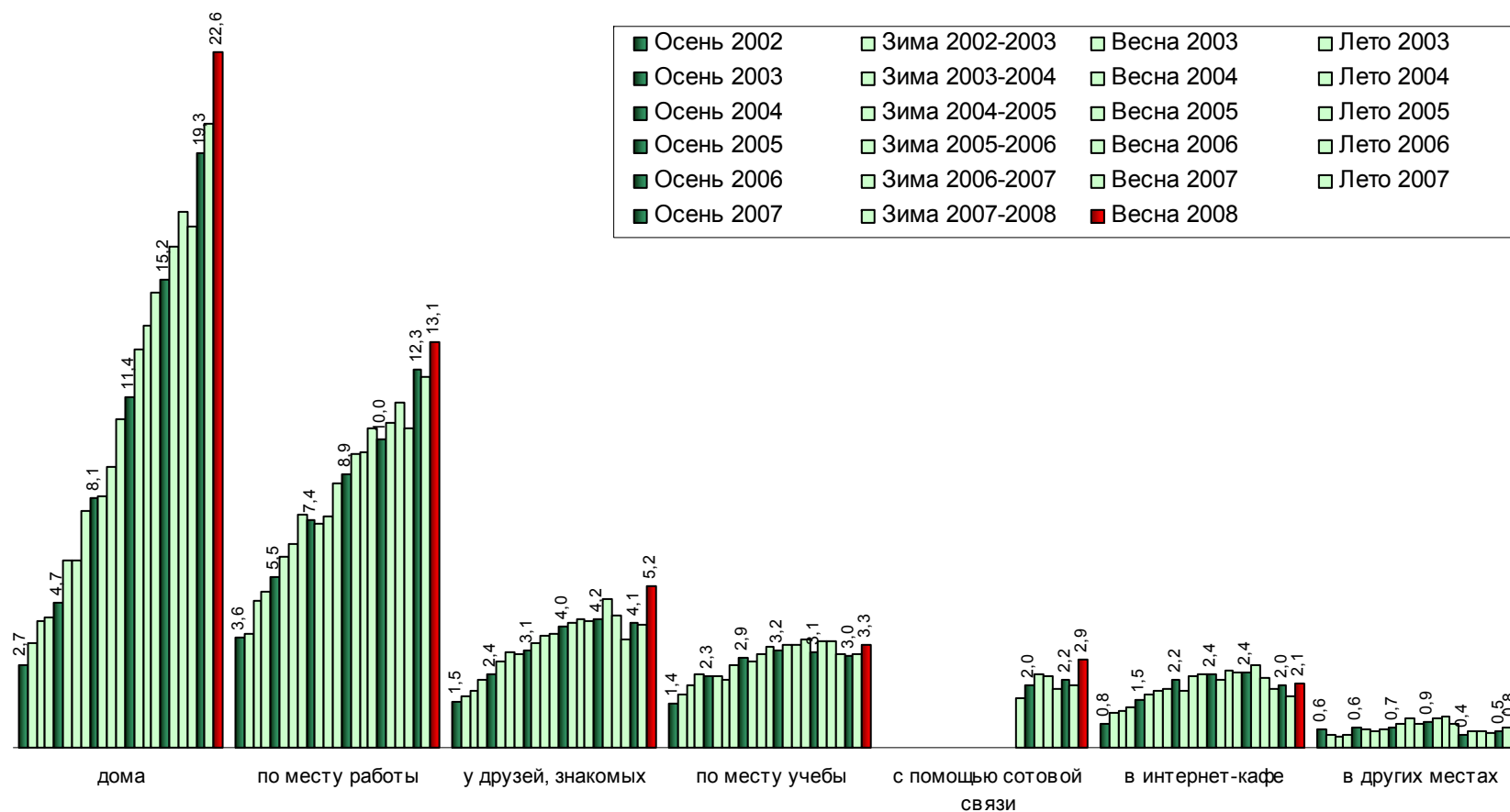


*Данные не репрезентируют округ в целом

**Динамика популярности мест пользования Интернетом. Россия,
% от числа пользователей**

	<i>Дома</i>	<i>По месту работы</i>	<i>У друзей, знакомых</i>	<i>По месту учебы</i>	<i>С помощью сотовой связи</i>	<i>В интернет-кафе</i>	<i>В других местах</i>
Осень 2002	32	41	17	17	-	9	7
Зима 2002-2003	35	38	17	18	-	12	4
Весна 2003	36	42	16	18	-	11	3
Лето 2003	35	42	18	20	-	11	3
Осень 2003	36	42	18	18	-	12	5
Зима 2003-2004	42	42	19	16	-	12	4
Весна 2004	41	44	21	15	-	13	4
Лето 2004	45	45	18	16	-	11	3
Осень 2004	47	43	18	17	-	13	4
Зима 2004-2005	46	41	19	16	-	10	4
Весна 2005	48	40	19	16	-	12	5
Лето 2005	51	41	18	16	-	11	4
Осень 2005	53	41	18	15	-	11	4
Зима 2005-2006	54	40	17	14	-	9	4
Весна 2006	56	39	17	14	-	10	4
Лето 2006	57	40	16	14	6	9	3
Осень 2006	58	38	16	12	8	9	2
Зима 2006-2007	58	38	17	12	8	9	2
Весна 2007	60	39	15	12	8	8	2
Лето 2007	63	39	13	11	7	7	2
Осень 2007	66	42	14	10	8	7	2
Зима 2007-2008	66	39	13	10	7	6	2
Весна 2008	69	40	16	10	9	6	2

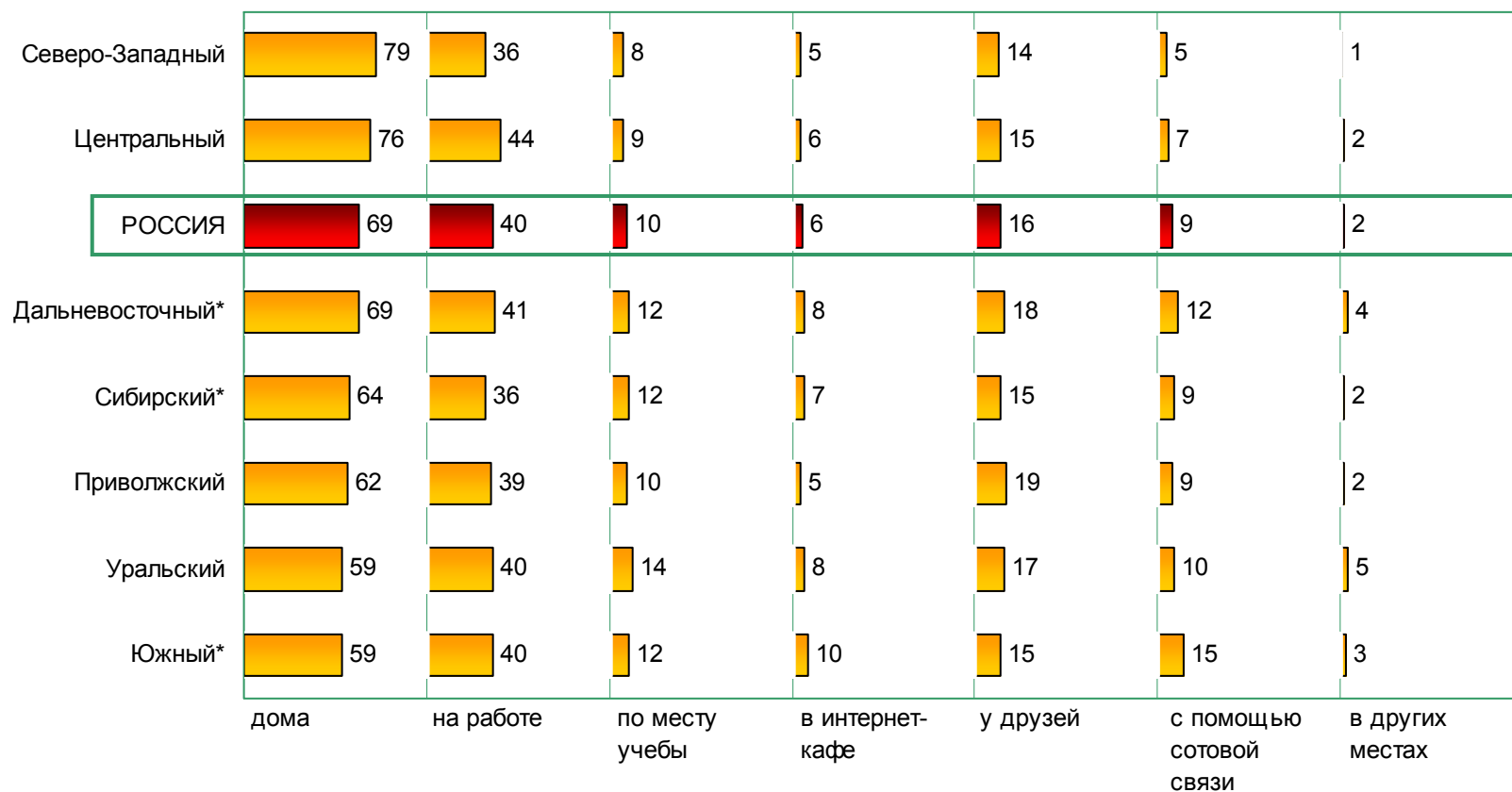
Динамика популярности мест пользования Интернетом. Россия, млн. чел.



**Динамика популярности мест пользования Интернетом. Россия,
млн. чел.**

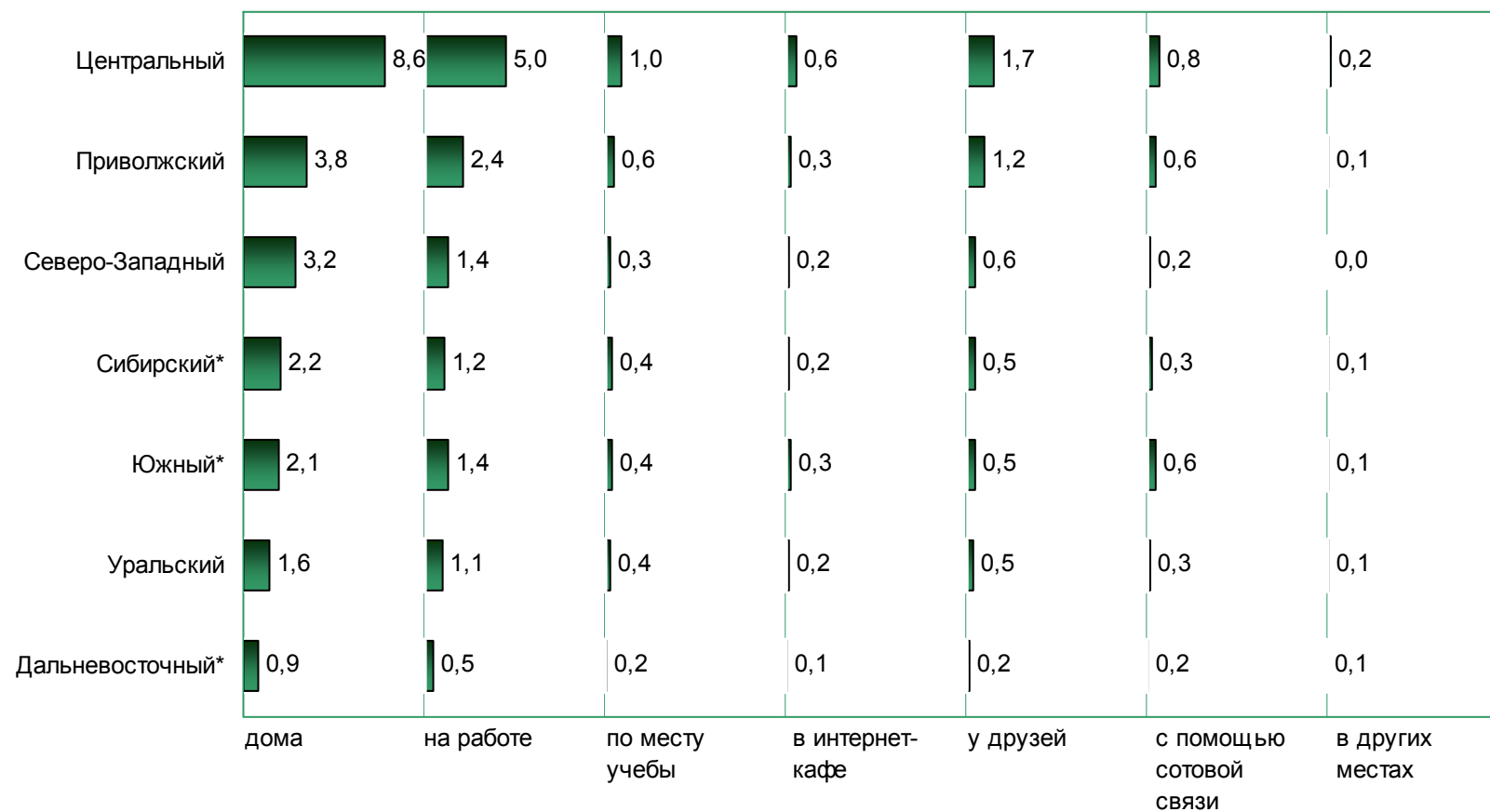
	<i>Дома</i>	<i>По месту работы</i>	<i>У друзей, знакомых</i>	<i>По месту учебы</i>	<i>С помощью сотовой связи</i>	<i>В интернет-кафе</i>	<i>В других местах</i>
Осень 2002	2,7	3,6	1,5	1,4	-	0,8	0,6
Зима 2002-2003	3,4	3,7	1,7	1,7	-	1,1	0,4
Весна 2003	4,1	4,8	1,9	2,0	-	1,2	0,3
Лето 2003	4,2	5,1	2,2	2,4	-	1,3	0,4
Осень 2003	4,7	5,5	2,4	2,3	-	1,5	0,6
Зима 2003-2004	6,1	6,2	2,8	2,3	-	1,7	0,6
Весна 2004	6,1	6,6	3,1	2,2	-	1,9	0,5
Лето 2004	7,7	7,6	3,0	2,7	-	1,9	0,6
Осень 2004	8,1	7,4	3,1	2,9	-	2,2	0,7
Зима 2004-2005	8,1	7,2	3,4	2,8	-	1,8	0,8
Весна 2005	9,1	7,5	3,6	3,0	-	2,3	0,9
Лето 2005	10,7	8,6	3,7	3,3	-	2,4	0,8
Осень 2005	11,4	8,9	4,0	3,2	-	2,4	0,9
Зима 2005-2006	12,9	9,5	4,1	3,3	-	2,2	0,9
Весна 2006	13,7	9,6	4,2	3,3	-	2,5	1,0
Лето 2006	14,8	10,4	4,1	3,5	1,6	2,4	0,8
Осень 2006	15,2	10,0	4,2	3,1	2,0	2,4	0,4
Зима 2006-2007	16,3	10,5	4,8	3,5	2,4	2,7	0,5
Весна 2007	17,4	11,2	4,3	3,5	2,3	2,2	0,5
Лето 2007	16,9	10,4	3,5	3,1	1,9	1,9	0,5
Осень 2007	19,3	12,3	4,1	3,0	2,2	2,0	0,5
Зима 2007-2008	20,2	12,0	4,0	3,0	2,1	1,7	0,6
Весна 2008	22,6	13,1	5,2	3,3	2,9	2,1	0,8

Популярность мест пользования Интернетом. Регионы, % от числа пользователей



*Данные не репрезентируют округ в целом

Популярность мест пользования Интернетом. Регионы, млн. чел.



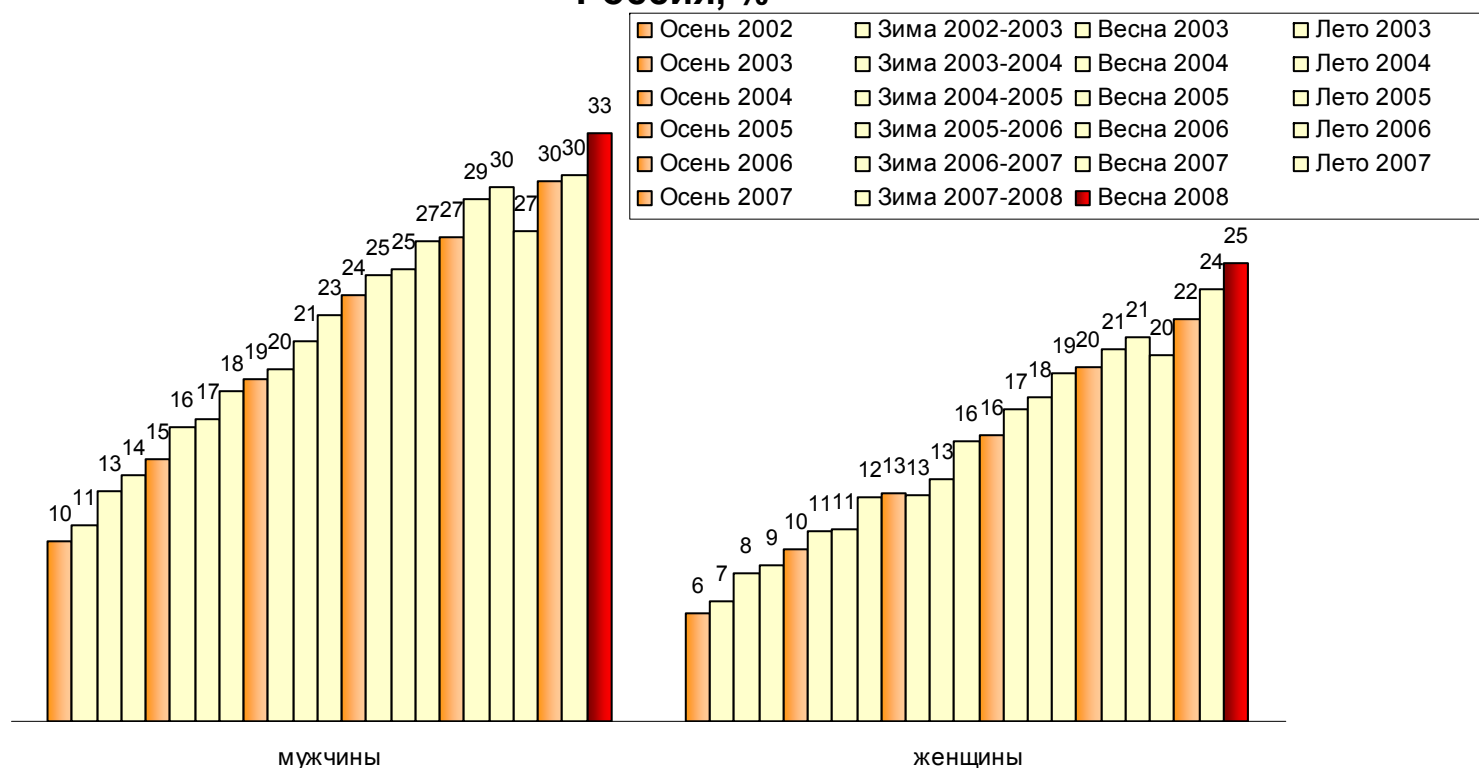
*Данные не репрезентируют округ в целом



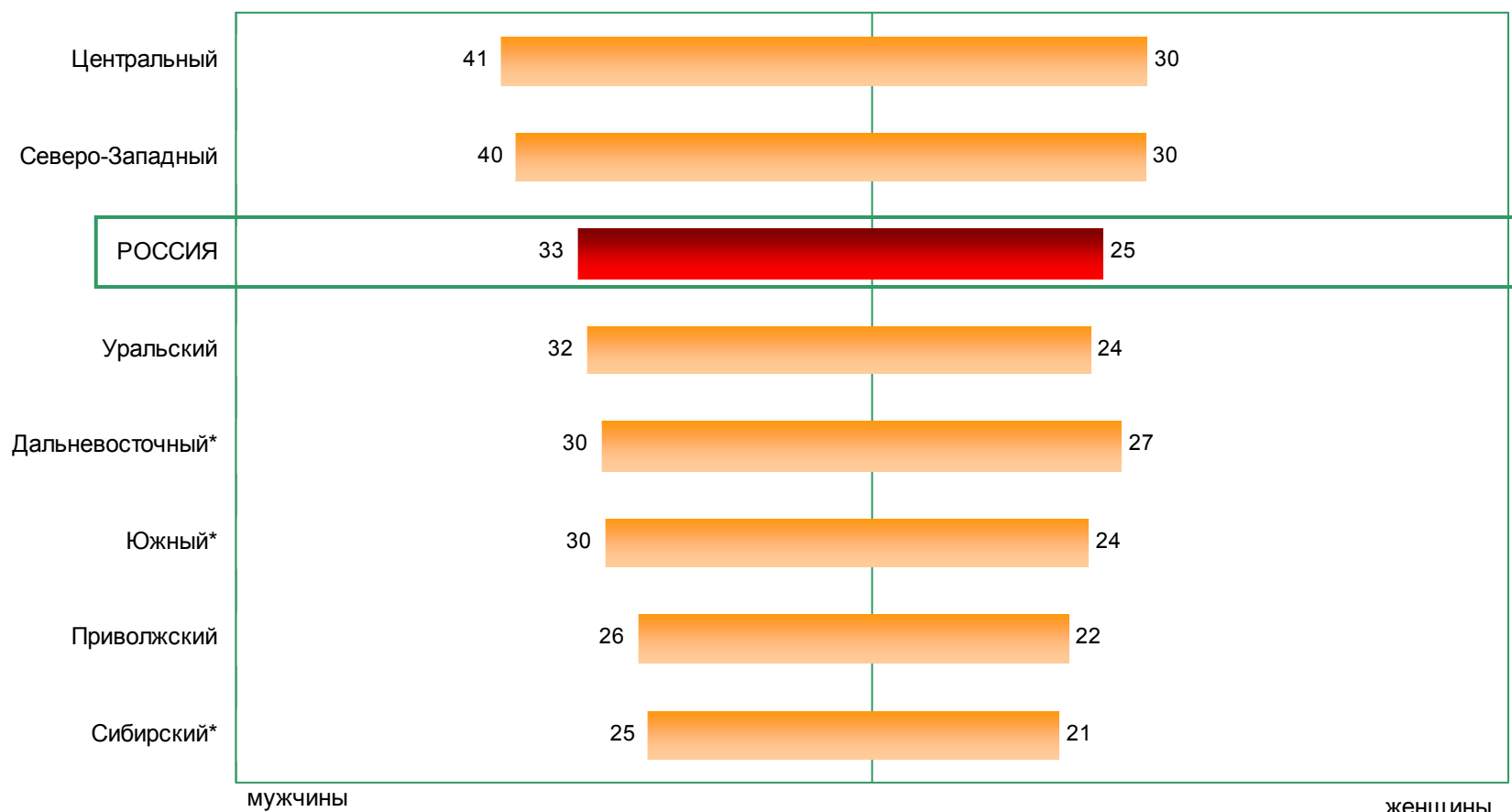
6. Структура пользователей. Пол

Динамика долей пользователей Интернета среди мужчин и женщин.

Россия, %

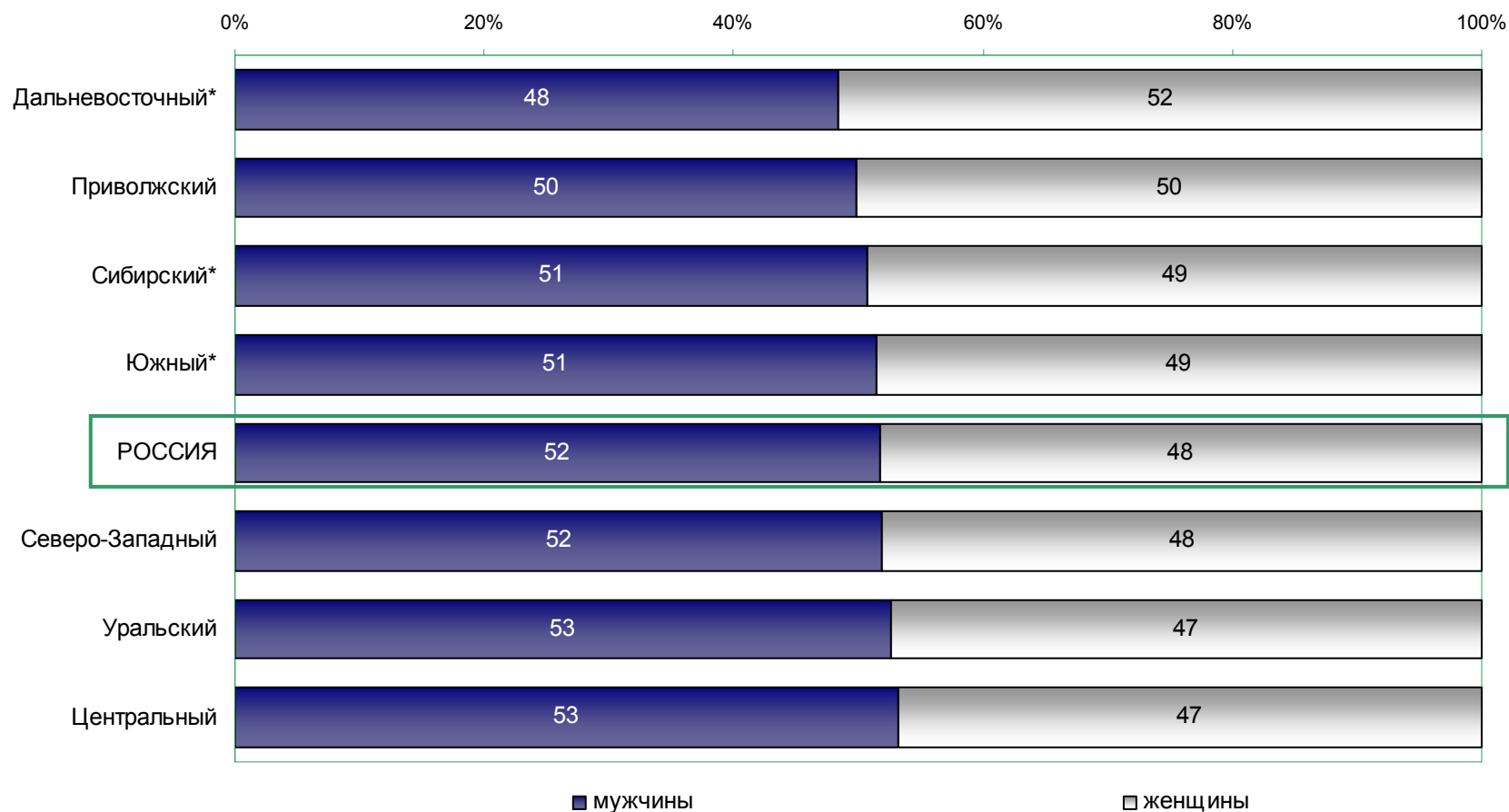


Доли пользователей Интернета среди мужчин и женщин. Регионы, %



*Данные не репрезентируют округ в целом

Распределение пользователей Интернета по полу. Регионы, %

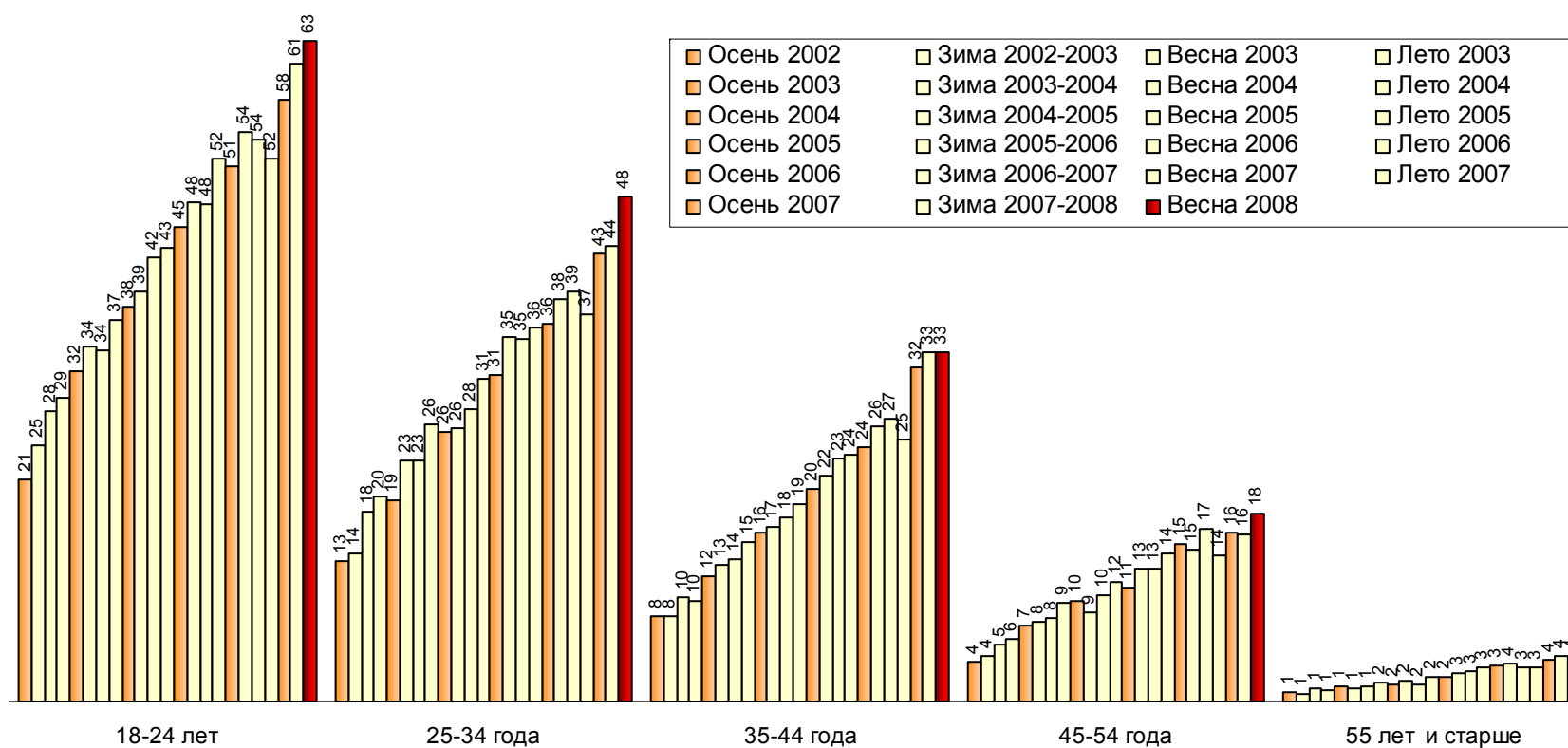


*Данные не репрезентируют округ в целом

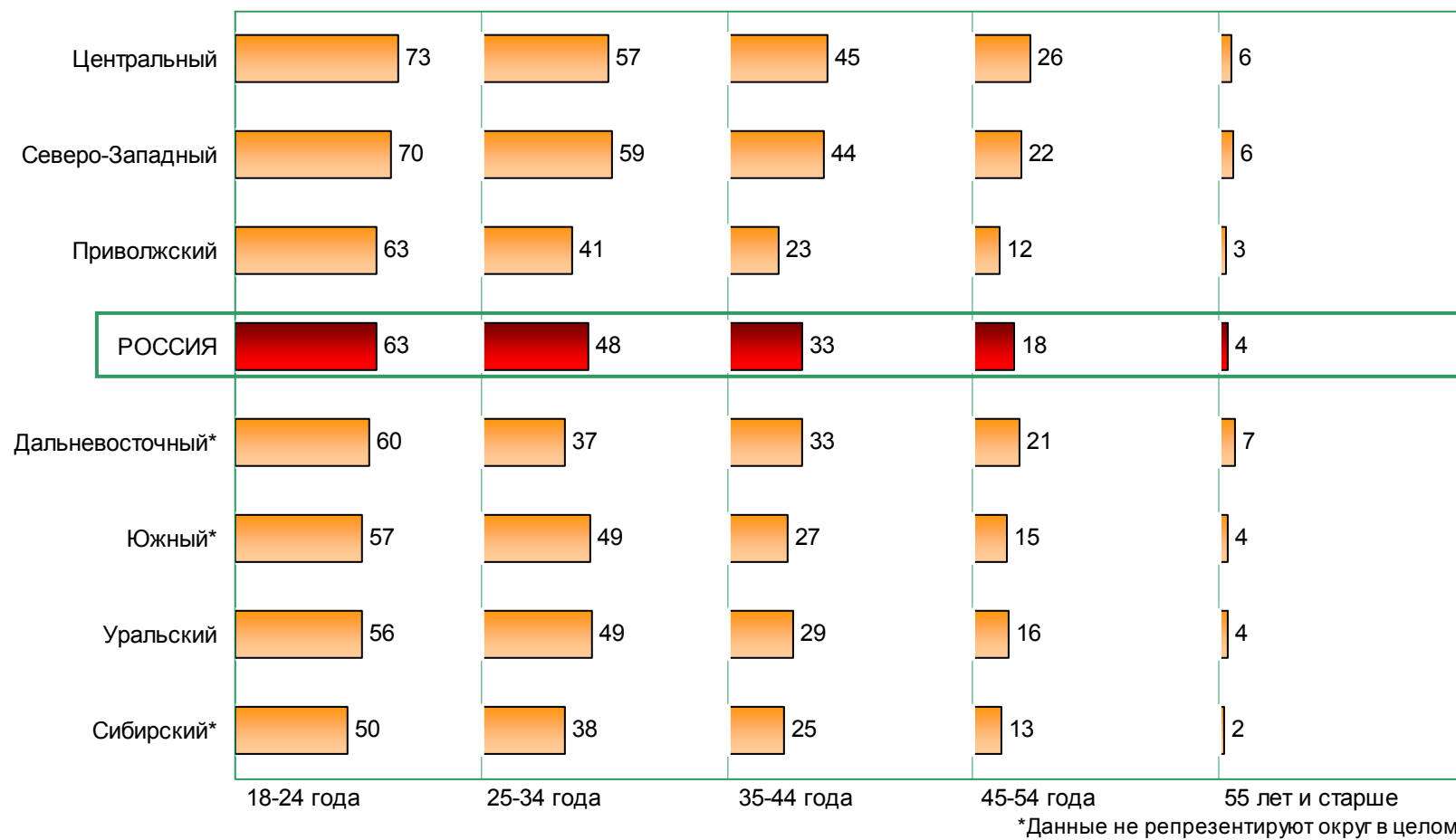


7. Структура пользователей. Возраст

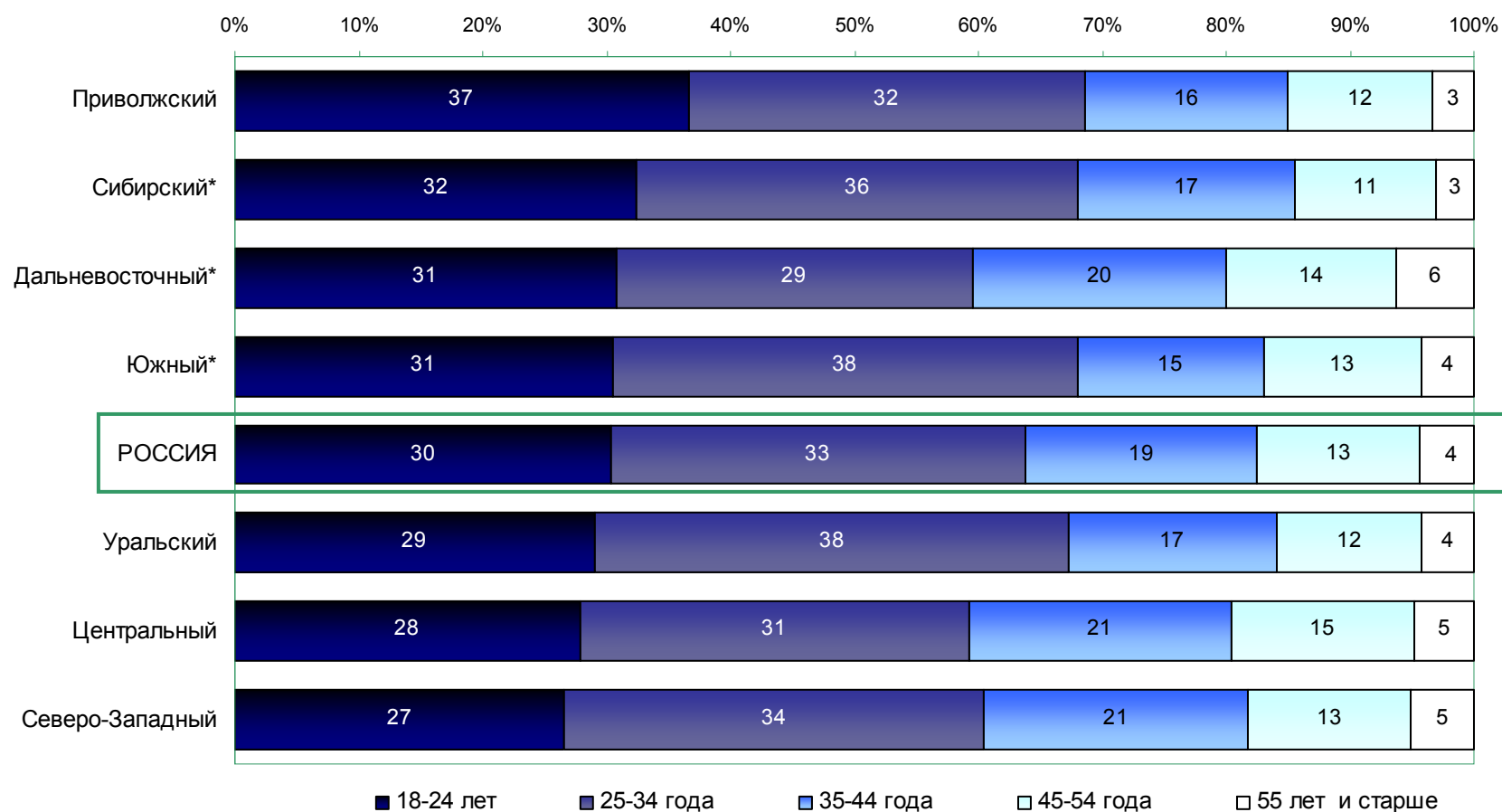
Динамика долей пользователей Интернета среди лиц разного возраста. Россия, %



Доли пользователей Интернета в возрастных группах. Регионы, %



Распределение пользователей по возрасту. Регионы, %

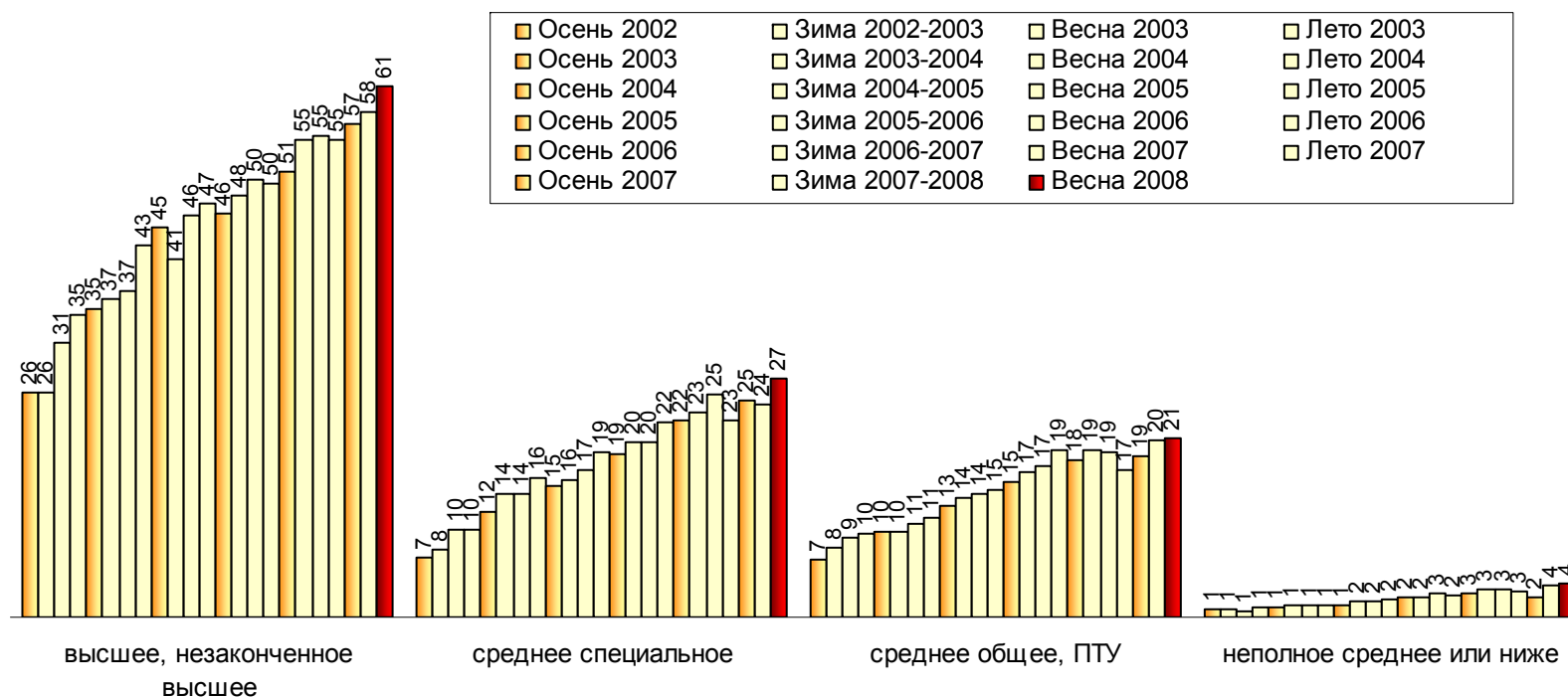


*Данные не репрезентируют округ в целом

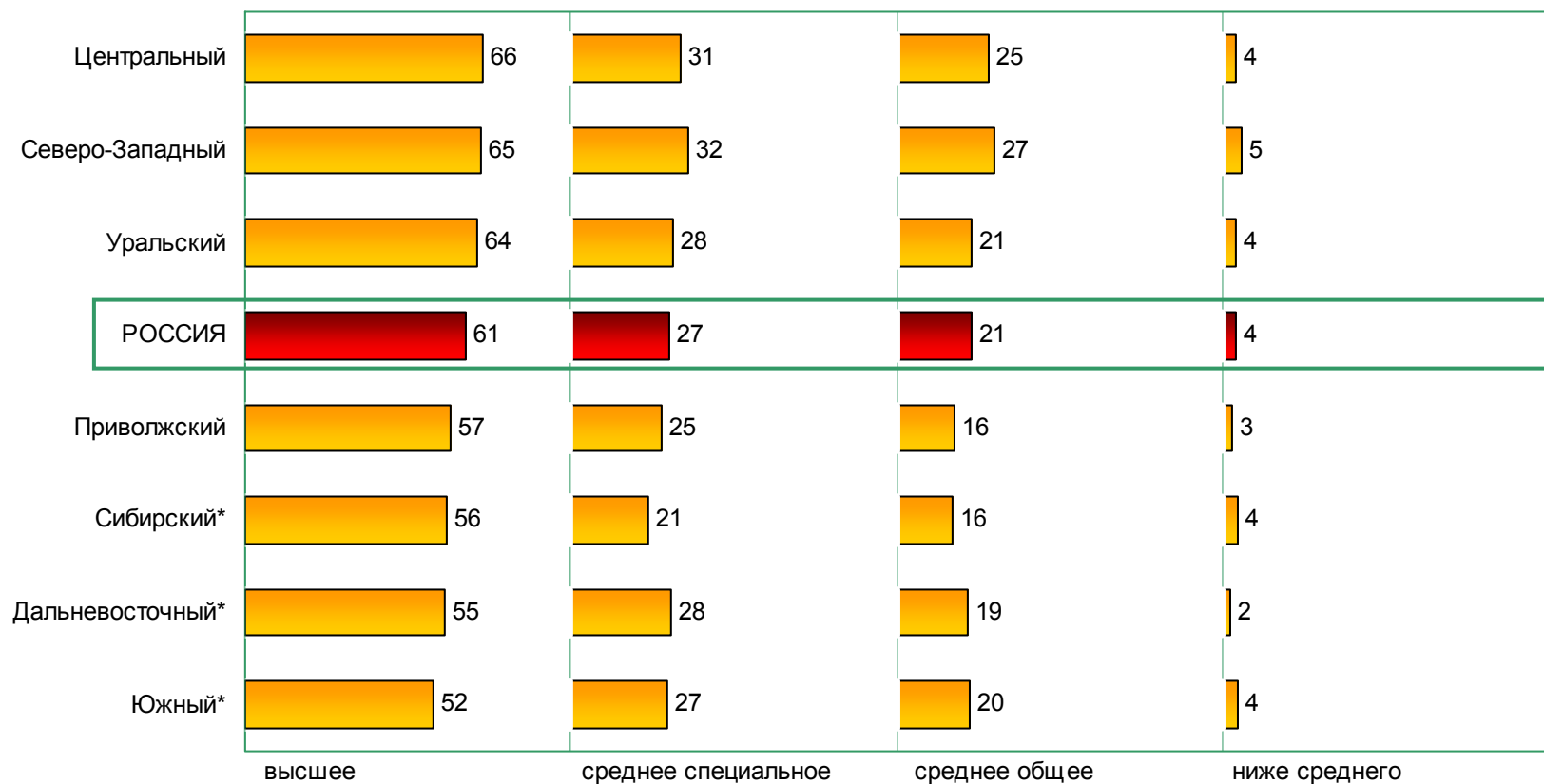


8. Структура пользователей. Образование

Динамика долей пользователей Интернета среди лиц с разным образованием. Россия, %

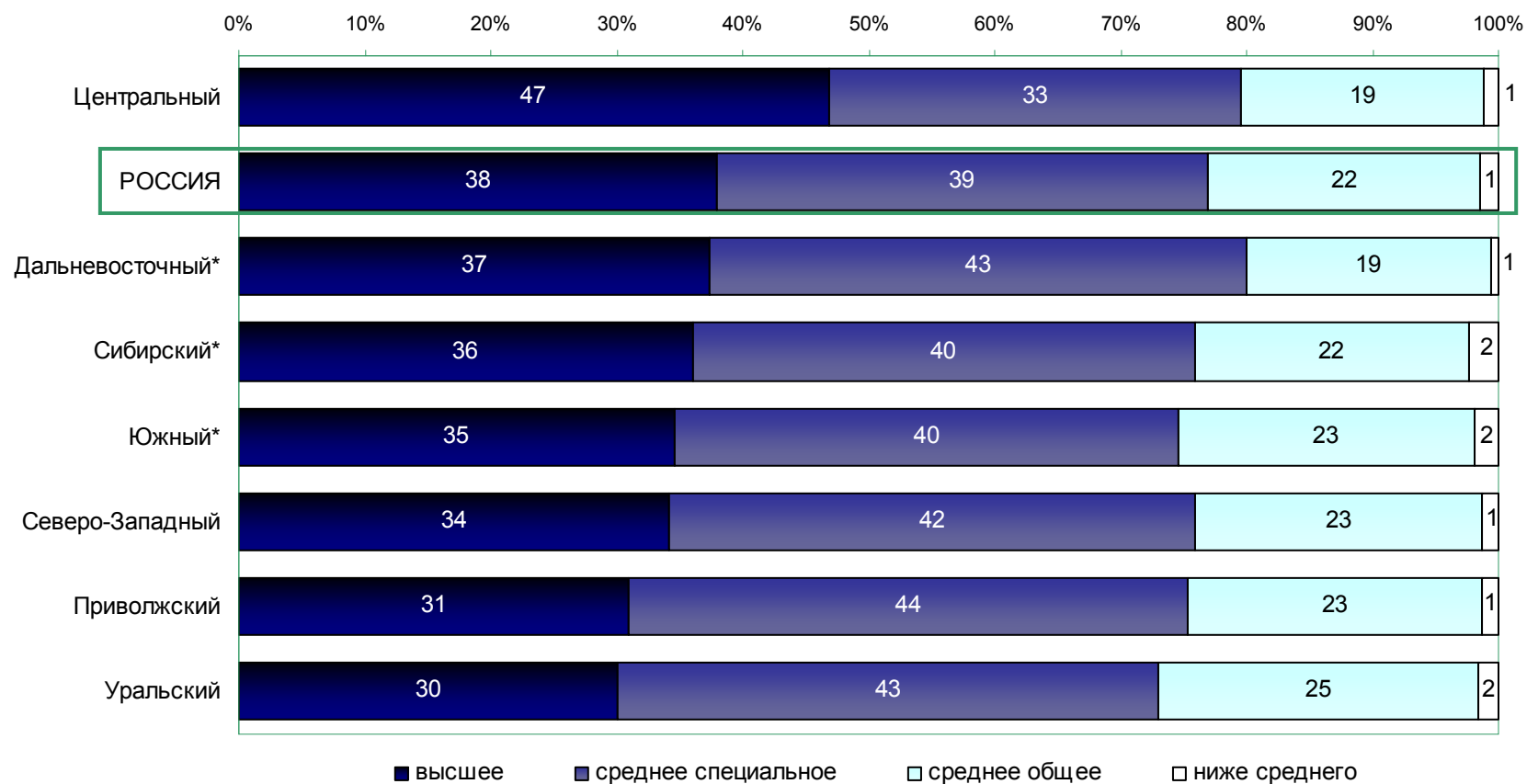


Доли пользователей Интернета в группах с разным образованием. Регионы, %



*Данные не репрезентируют округ в целом

Распределение пользователей Интернета по образованию. Регионы, %

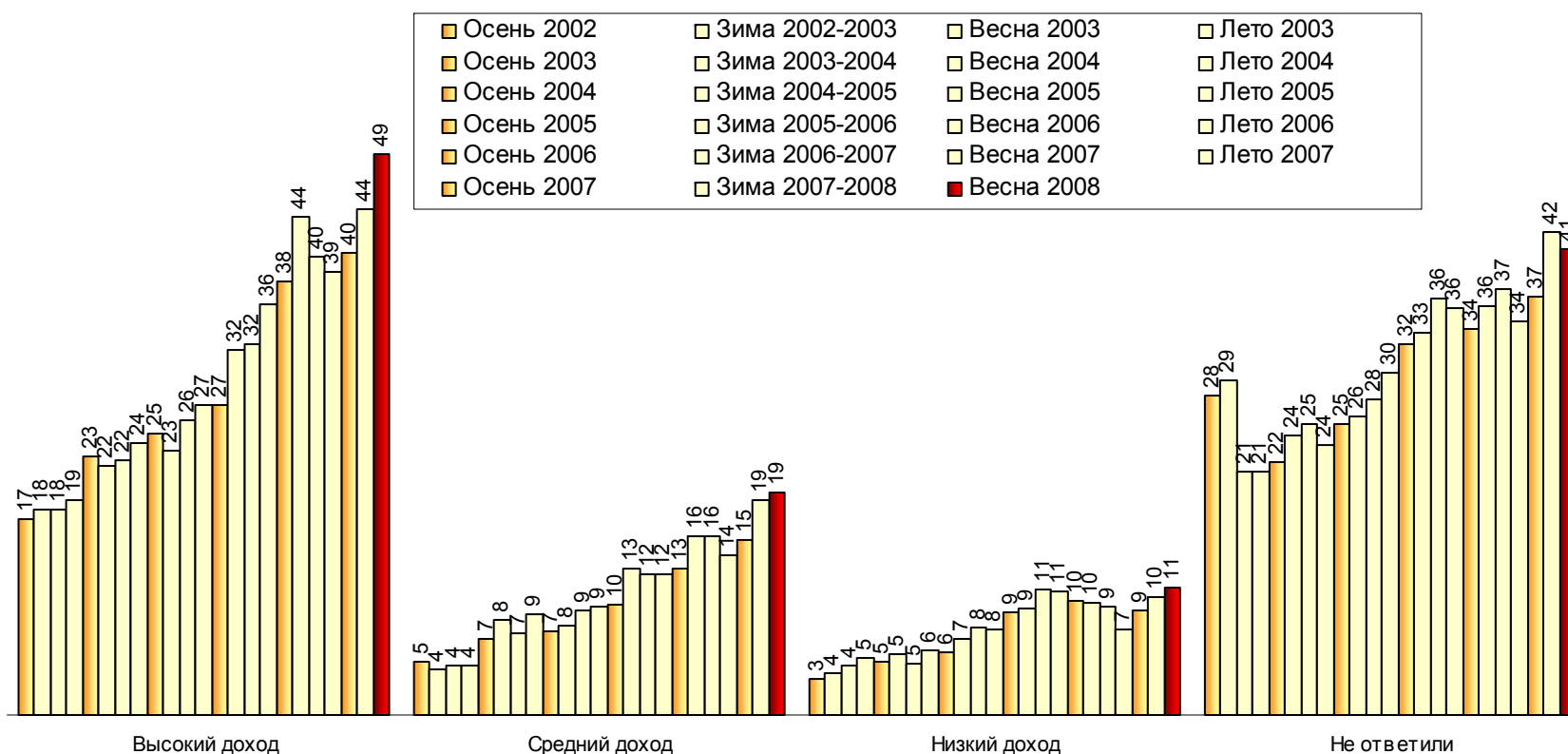


*Данные не репрезентируют округ в целом



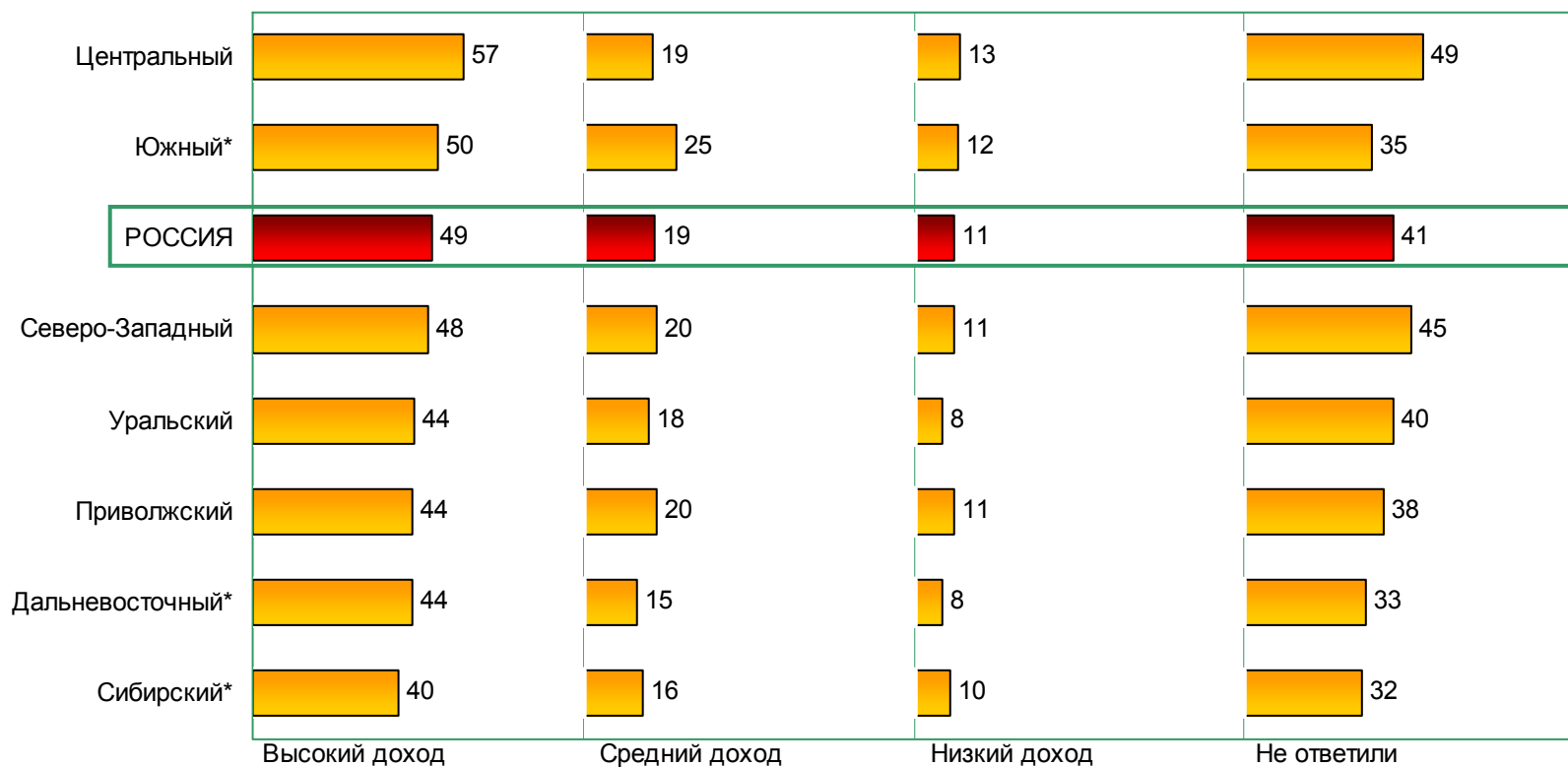
9. Структура пользователей. Доход

Динамика долей пользователей Интернета среди лиц с разным доходом в расчете на члена семьи. Россия, %



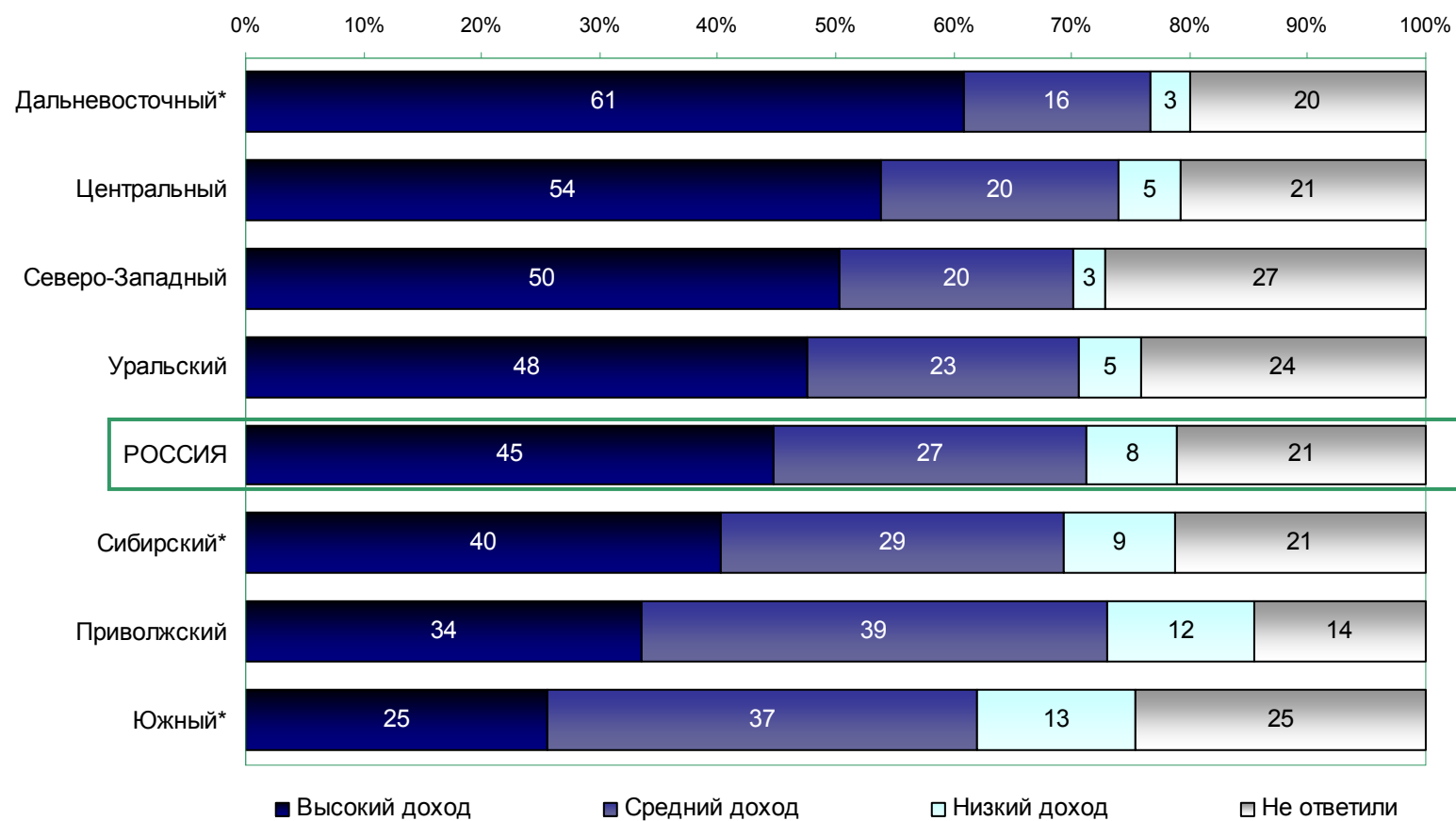
Пояснение. Респонденты, указавшие доход в расчете на члена семьи, разбиты на три примерно равные по объему группы. Весной 2008 г. низкий доход – не более 3000 руб. в месяц, средний доход – от 3001 до 6000 руб. в месяц, высокий доход – более 6000 руб. в месяц.

Доли пользователей Интернета в группах с разным доходом в расчете на члена семьи. Регионы, %



*Данные не репрезентируют округ в целом

Распределение пользователей Интернета по доходу на члена семьи. Регионы, %

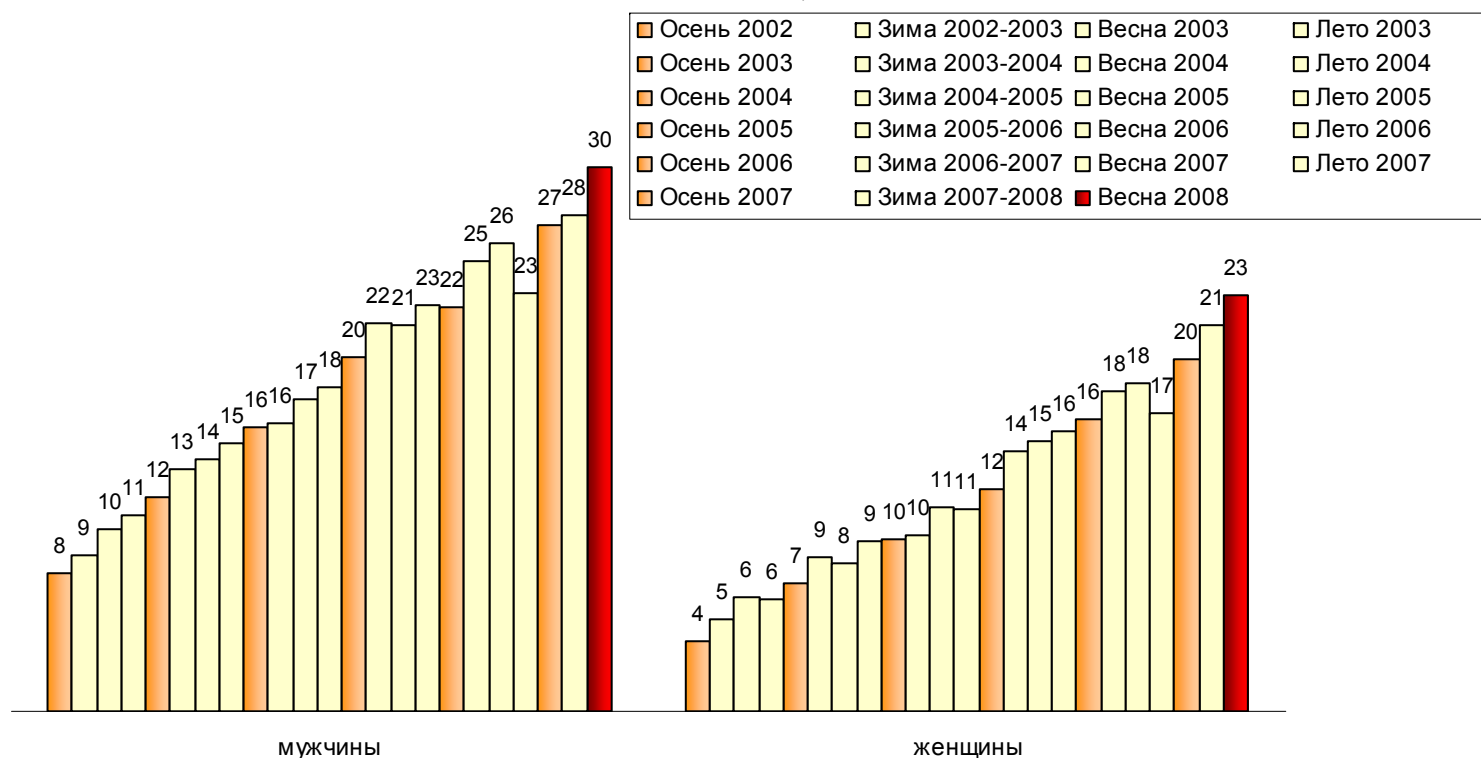


*Данные не репрезентируют округ в целом

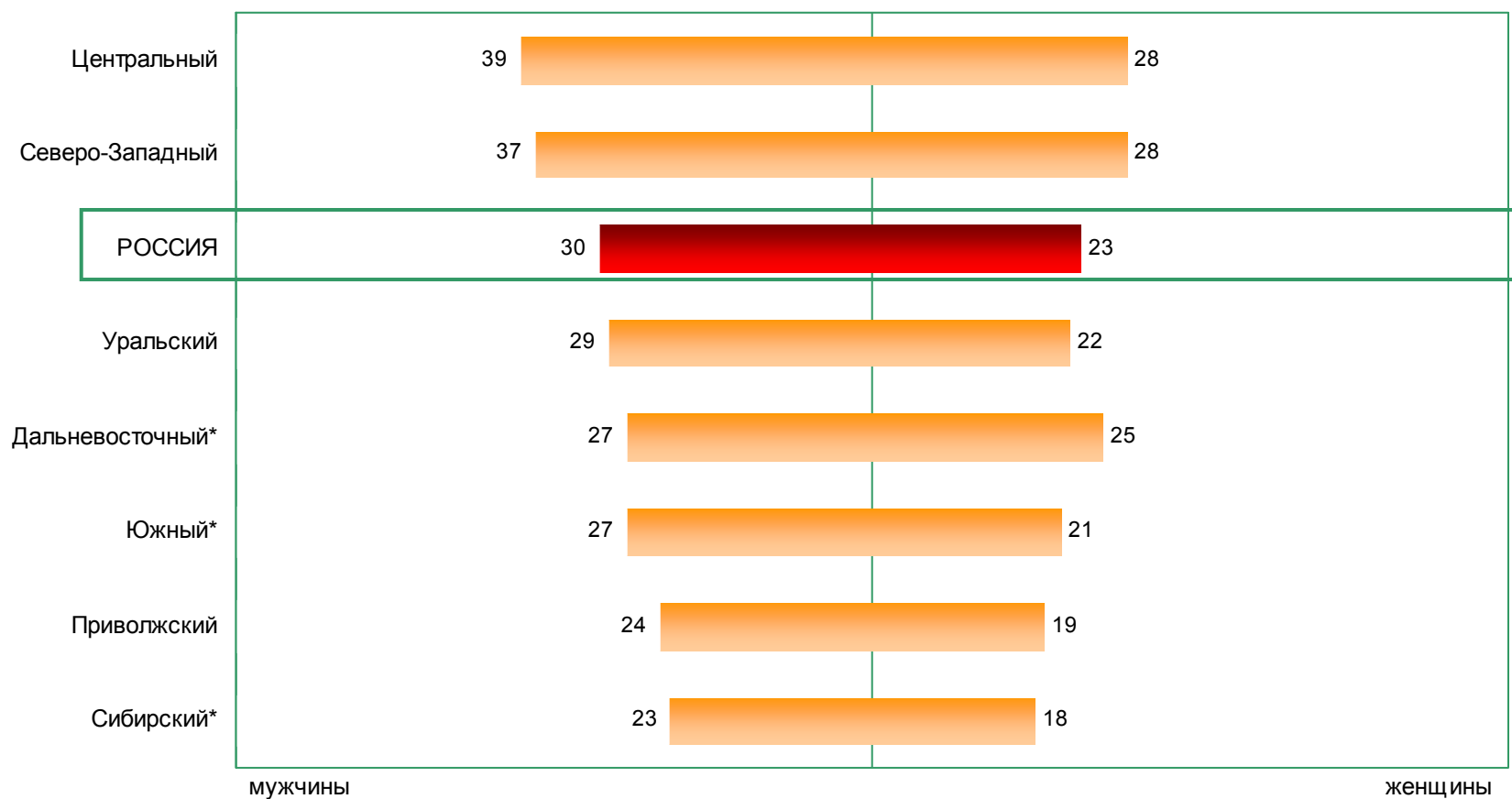


10. Структура месячной аудитории. Пол

Динамика долей месячной аудитории Интернета среди мужчин и женщин. Россия, %

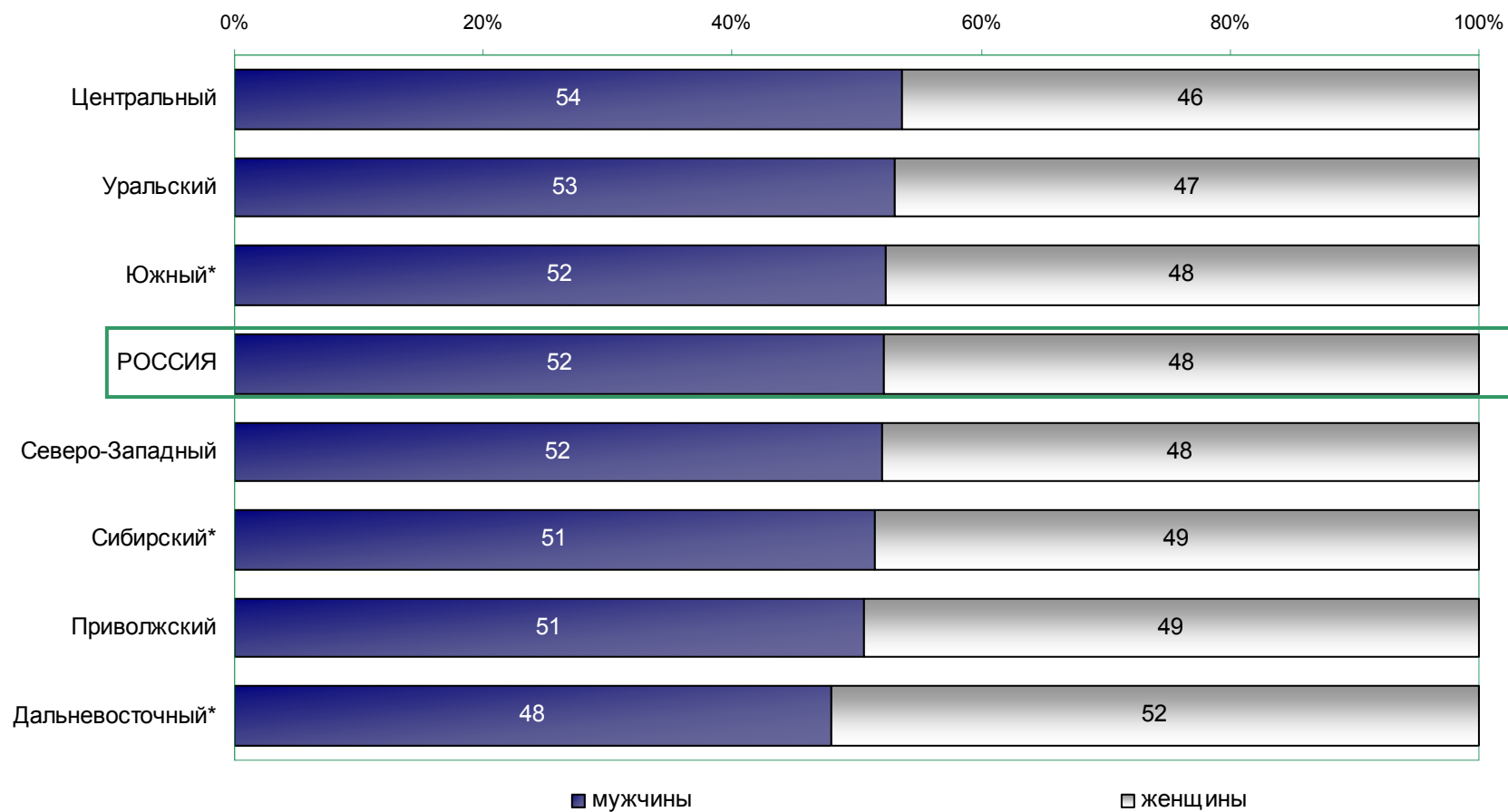


Доли представителей месячной аудитории Интернета среди мужчин и женщин. Регионы, %



*Данные не репрезентируют округ в целом

Распределение месячной аудитории Интернета по полу. Регионы, %

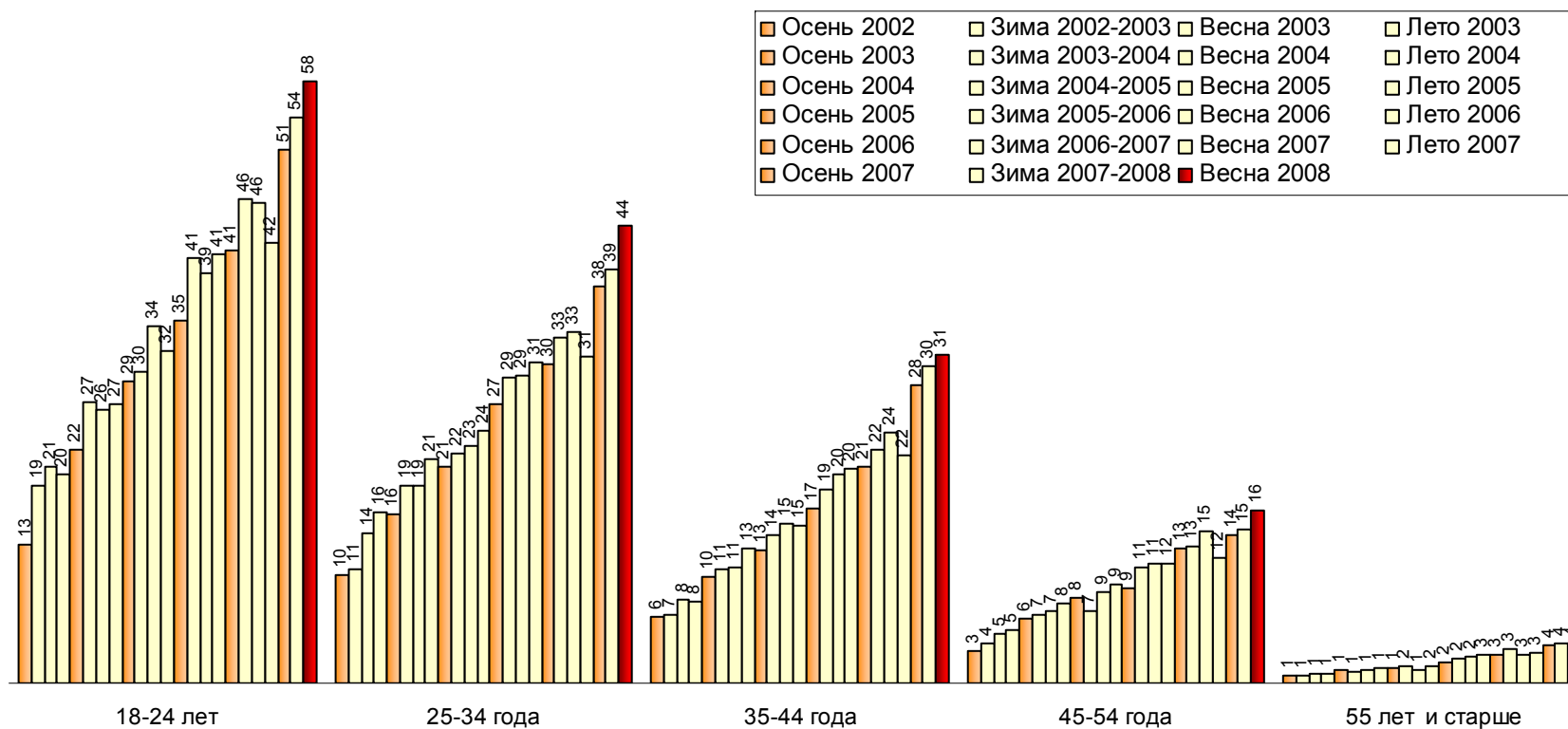


*Данные не репрезентируют округ в целом

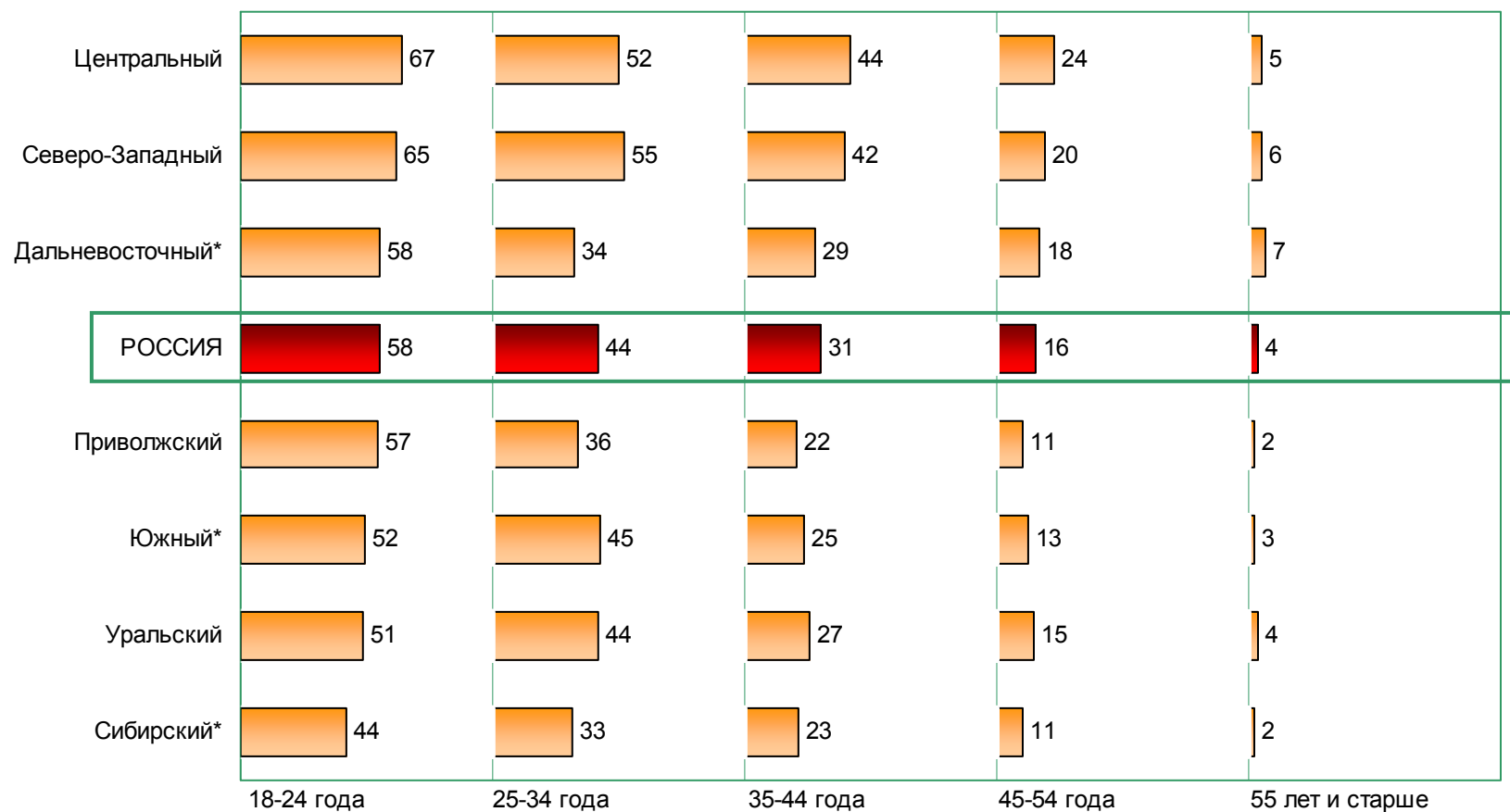


11. Структура месячной аудитории. Возраст

Динамика долей месячной аудитории Интернета среди лиц разного возраста. Россия, %

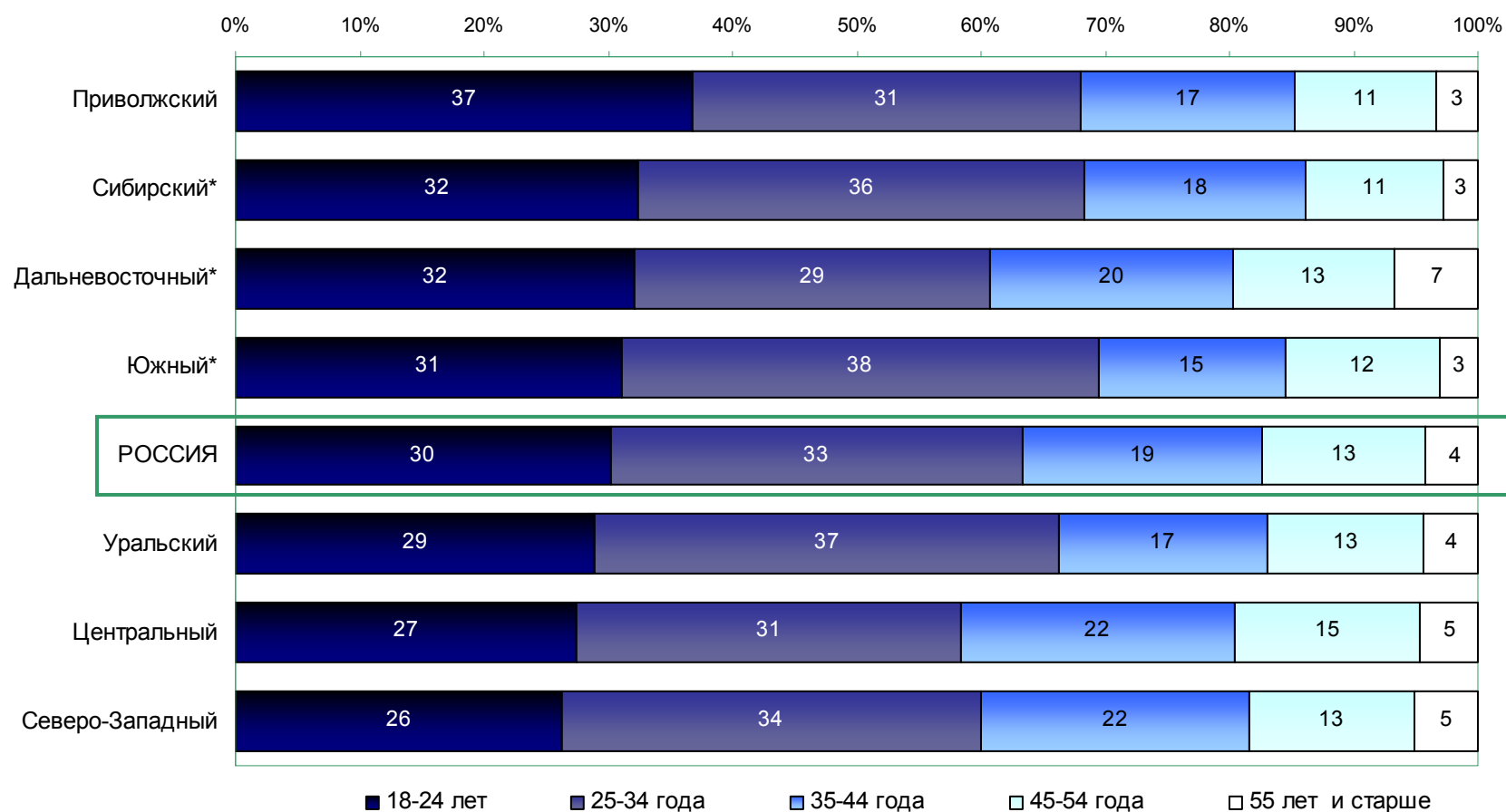


Доли месячной аудитории Интернета в возрастных группах. Регионы, %



*Данные не репрезентируют округ в целом

Распределение месячной аудитории по возрасту. Регионы, %

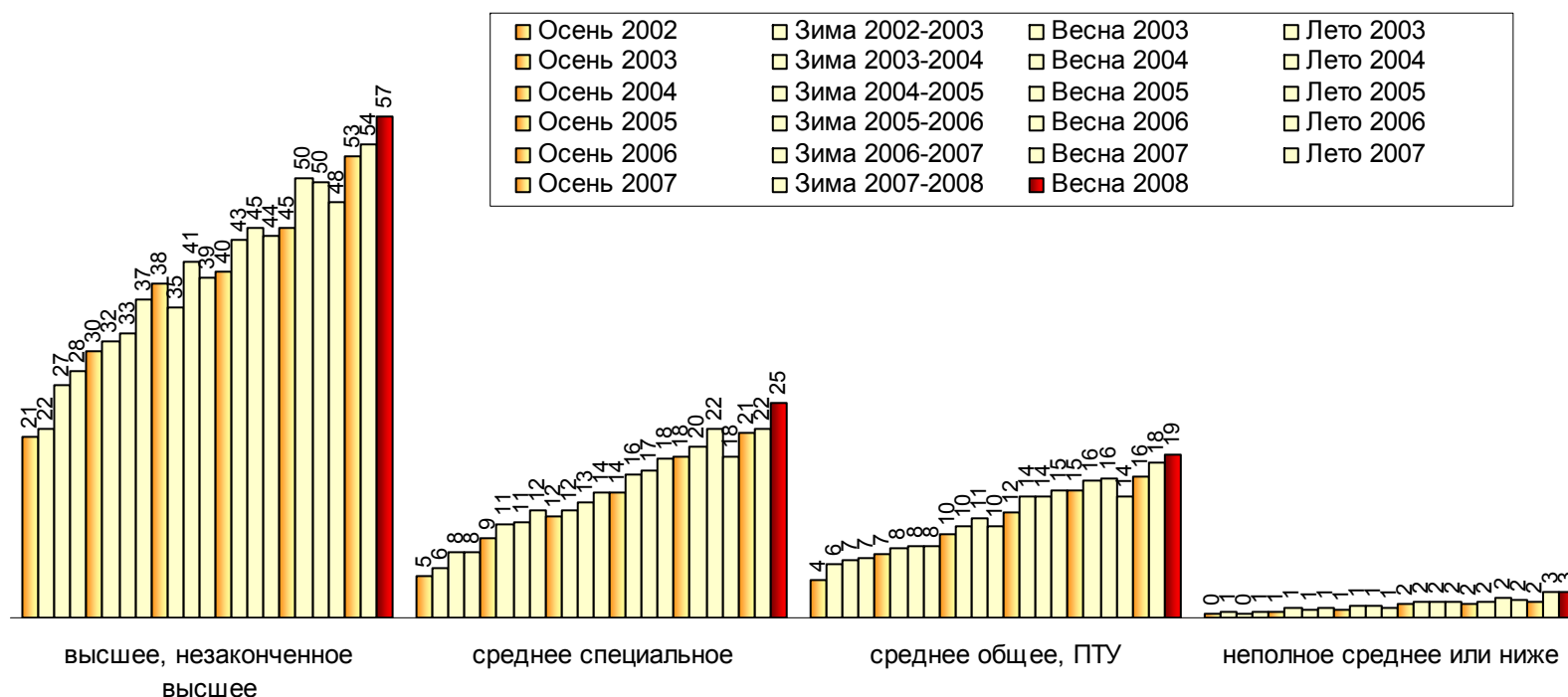


*Данные не репрезентируют округ в целом

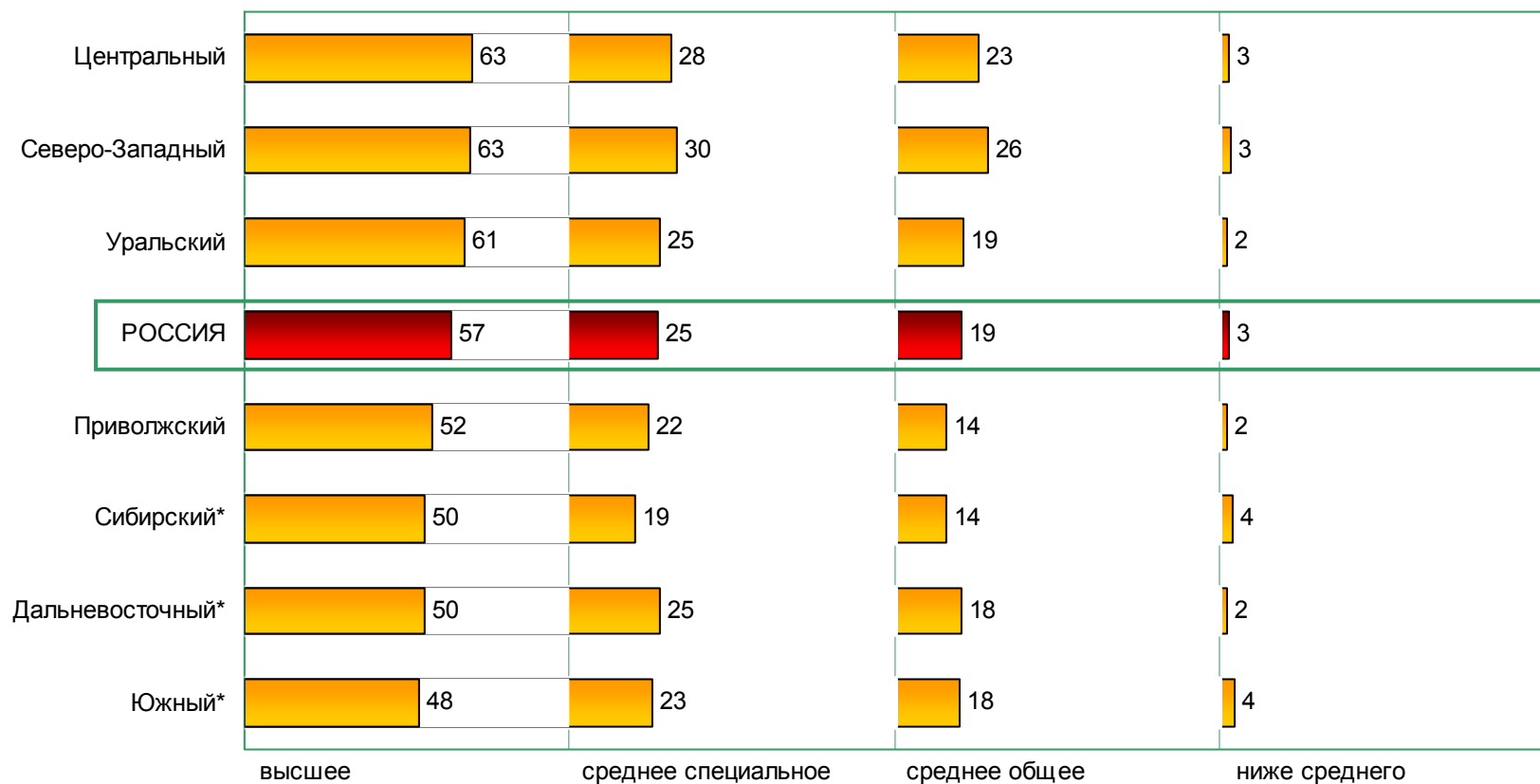


12. Структура месячной аудитории. Образование

Динамика долей месячной аудитории Интернета среди лиц с разным образованием. Россия, %

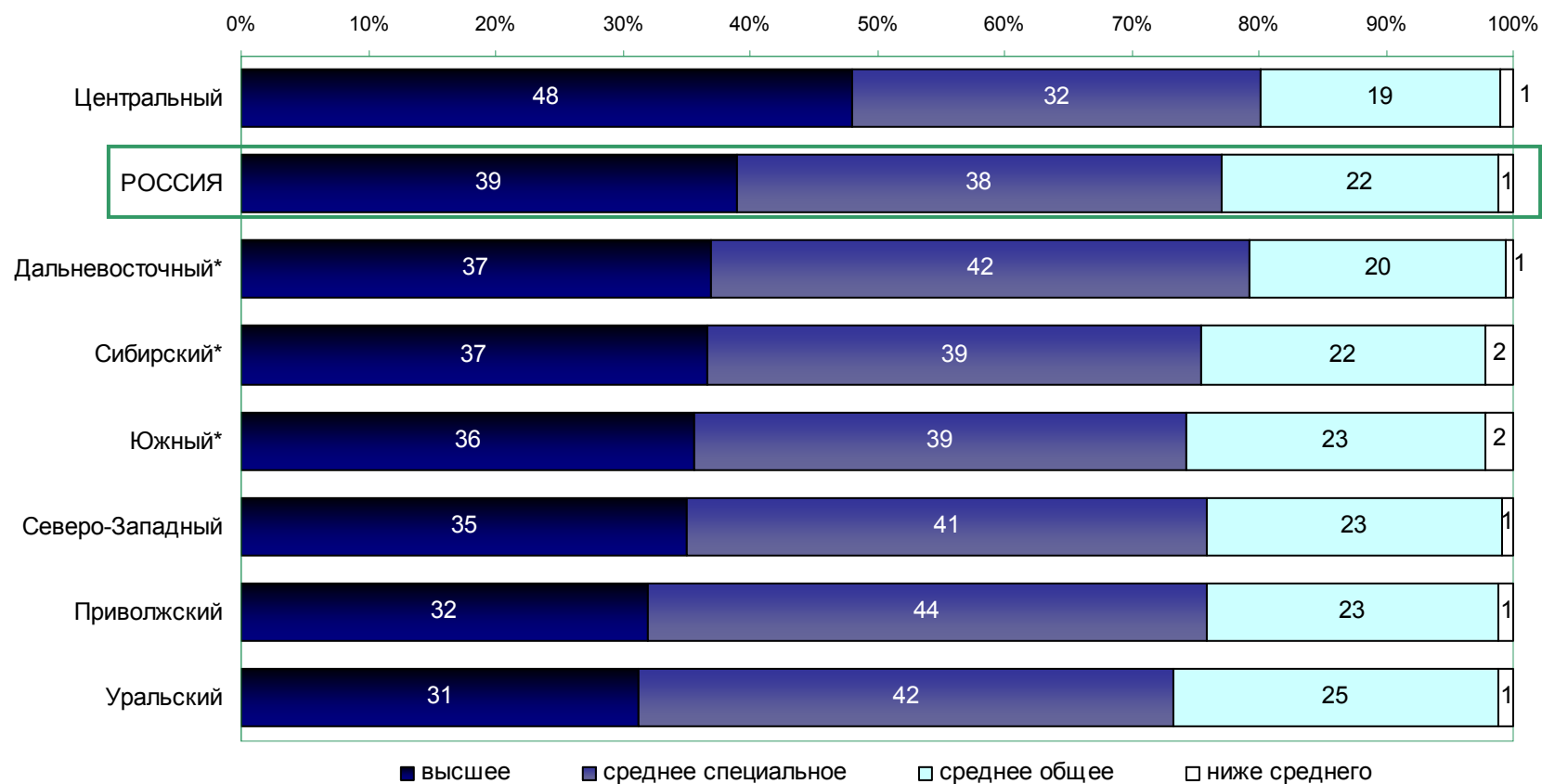


Доли месячной аудитории Интернета в группах с разным образованием. Регионы, %



*Данные не репрезентируют округ в целом

Распределение месячной аудитории Интернета по образованию. Регионы, %

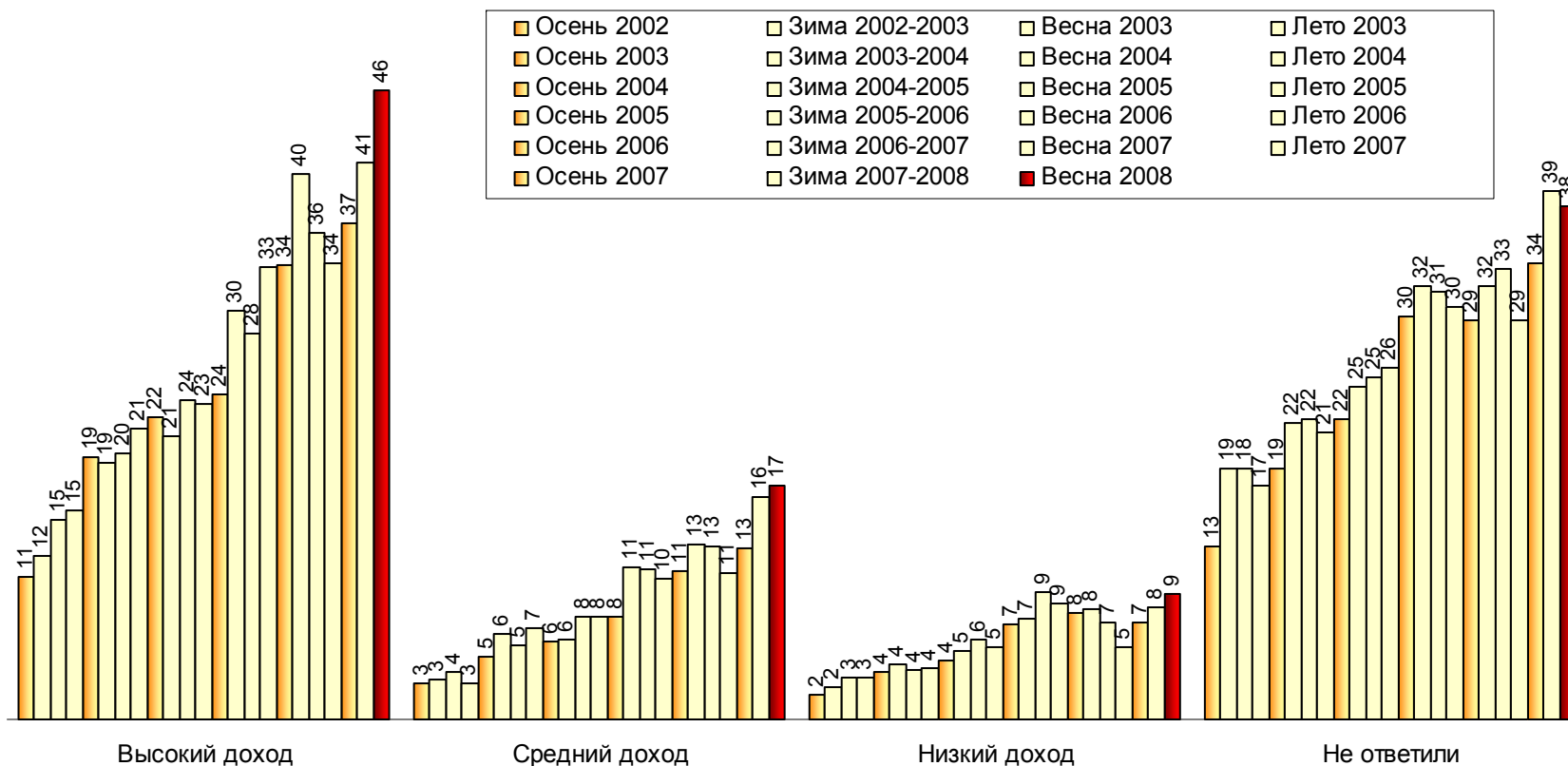


*Данные не репрезентируют округ в целом



13. Структура месячной аудитории. Доход

Динамика долей месячной аудитории Интернета среди лиц с разным доходом в расчете на члена семьи. Россия, %



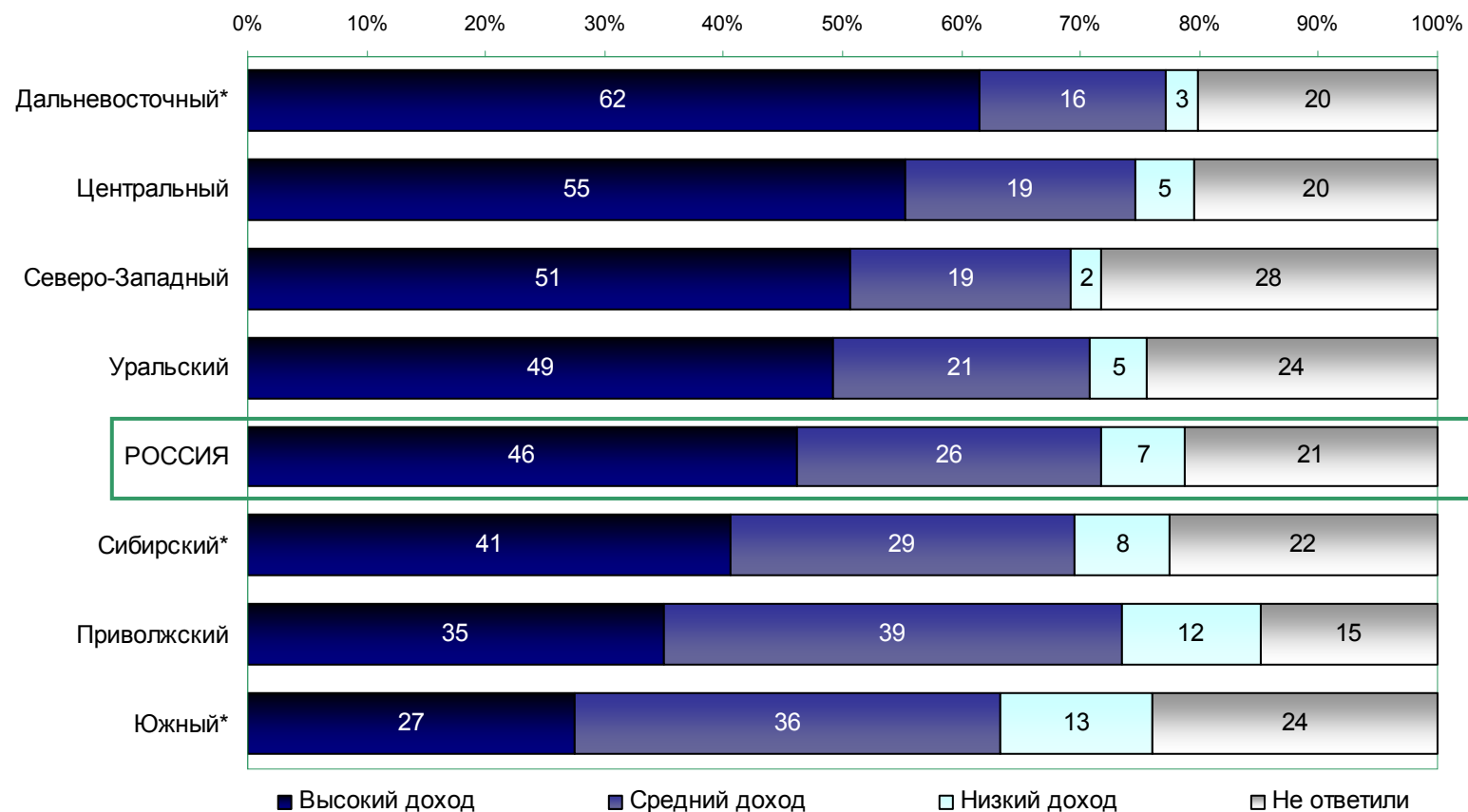
Пояснение. Респонденты, указавшие доход в расчете на члена семьи, разбиты на три примерно равные по объему группы. Весной 2008 г. низкий доход – не более 3000 руб. в месяц, средний доход – от 3001 до 6000 руб. в месяц, высокий доход – более 6000 руб. в месяц.

**Доли месячной аудитории Интернета в группах с разным доходом
в расчете на члена семьи. Регионы, %**



*Данные не репрезентируют округ в целом

Распределение месячной аудитории Интернета по доходу на члена семьи. Регионы, %



*Данные не репрезентируют округ в целом



14. Для справки

Распределение населения России и регионов по полу, возрасту, образованию и доходу, % по столбцу

	РЕГИОНЫ								
	Россия	г. Москва	Централь- ный (без г. Москвы)	Северо- Западный	Южный	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальне- восточный
ПОЛ									
Мужчины	45	47	45	45	46	45	43	45	42
Женщины	55	53	55	55	54	55	57	55	58
ВОЗРАСТ									
18-24 года	15	15	14	14	15	14	15	16	15
25-34 года	18	19	17	18	17	17	19	19	20
35-44 года	17	16	17	17	18	17	16	16	16
45-54 года	22	23	22	22	22	24	21	22	21
55 лет и старше	29	27	30	29	28	28	28	28	28
ОБРАЗОВАНИЕ									
Ниже среднего	13	5	14	10	12	14	15	18	12
Среднее общее	35	22	36	35	33	38	38	32	35
Среднее специальное	34	31	33	34	37	32	32	35	37
Высшее	18	41	16	20	18	15	15	15	15
ДОХОД НА ЧЛЕНА СЕМЬИ									
Низкий доход	24	3	21	10	36	31	22	30	19
Средний доход	31	16	36	27	30	35	30	33	34
Высокий доход	23	47	24	37	11	17	21	20	30
Не ответили	21	33	20	26	22	17	26	18	17

Распределение населения России по регионам, %

Центральный	27
Северо-Западный	10
Южный	14
Приволжский	22
Уральский	7
Сибирский	15
Дальневосточный	5