

Проект «Мир Интернета»

# Потенциал развития интернета в регионах

июль 2011

**Авторы отчета:**

Артур Гончаров

Павел Лебедев

## ОПИСАНИЕ ОТЧЕТА

Аналитический отчет «Потенциал развития интернета в регионах» содержит информацию об актуальном состоянии и перспективах развития интернета в 79 субъектах РФ.

- ✦ Проникновение интернета и абсолютное число интернет-пользователей.
- ✦ Потенциал развития интернета в регионах.
- ✦ Места пользования интернетом (дом и работа).
- ✦ Интенсивность использования интернета.
- ✦ Сегментация регионов по активности использованию интернета и по перспективам дальнейшего распространения сети.

Объем отчета - **34** страницы.

Отчет содержит: **14** диаграмм, **7** карт, **3** таблицы.

**Стоимость отчета** составляет **60 тысяч рублей** с учетом НДС.

Помимо общего аналитического отчета можно приобрести

**краткие справки о состоянии развития интернета в отдельном субъекте РФ<sup>1</sup>**

**Стоимость справки по одному субъекту РФ** **6,5 тысяч рублей** с учетом НДС.

---

<sup>1</sup> См пример по Тюменской области на стр. 11-12.

---

## ОГЛАВЛЕНИЕ ОТЧЕТА

Источники данных	4
Основные результаты	5
1. Проникновение интернета в регионы	8
1.1. Суточная интернет-аудитория	9
1.2. Месячная интернет-аудитория	11
1.3. Численность месячной интернет-аудитории	13
2. Места пользования интернетом	15
2.1. Пользование интернетом дома	16
2.2. Пользование интернетом на работе	18
3. Потенциал развития интернета	20
3.1. Индекс потенциала развития интернета	22
4. Интенсивность пользования интернетом	24
4.1. Индекс интенсивности пользования интернетом	25
4. Сегментация регионов РФ	27
4.1. Потенциал роста и месячная аудитория	27
4.2. Потенциал роста и годовые темпы роста месячной аудитории	29
4.3. Месячная аудитория и интенсивность пользования интернетом	31
Права и ответственность	33
Исследования интернета ФОМ	34

## ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

1. Опрос по технологии «МегаФОМ», проведенный с 12 мая по 1 июня 2011 года. Опрос проводится в 79 субъектах РФ, в которых проживает 98,6% всего населения РФ.

- Для суммарных результатов по России статистическая погрешность не превышает 1%.
- Статистическая погрешность по каждому субъекту РФ не превышает 5,5% при объеме выборки 500 респондентов и 4,6% при 800 респондентах.

Опрос «МегаФОМ»:

- охватывает 2335 населенных пунктов (683 города, 282 поселка городского типа, 1293 села);
- суммарный объем выборки – 56,9 тыс. респондентов.

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 – по 800 респондентов в 58 субъектах РФ и по 500 респондентов в 21 субъекте РФ.
- для суммарных результатов по России статистическая погрешность не превышает 1%.
- статистическая погрешность по каждому субъекту РФ не превышает 5,5% при объеме выборки 500 респондентов и 4,6% при 800 респондентах.

2. Данные Росстат за 2010 год:

- численность населения Российской Федерации;
- величина прожиточного минимума;
- доля людей старше трудоспособного возраста;
- среднемесячная номинальная начисленная заработная плата;
- число квартирных телефонных аппаратов сети общего пользования на 1000 человек населения;
- число абонентских терминалов сотовой связи на 1000 человек населения.

## КРАТКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Проникновение интернета в стране до сих пор крайне неравномерно. Между регионами-лидерами и регионами-аутсайдерами сохраняется более чем двукратная разница по показателю доли месячной интернет-аудитории (67–68% в двух столицах против 29% в Тыве или 34% в Мордовии). Среднероссийский показатель составляет 48%. По объему более активной, суточной интернет-аудитории разница между регионами – еще более существенная.
- Тем не менее тренд позитивного роста интернет-аудитории продолжается. По данным на второй квартал 2011 года общая численность интернет-аудитории среди населения старше 18 лет составляет около 55 млн человек, рост за квартал составил около 7%. Тем интереснее для анализа конкретные точки роста.
- Для понимания перспектив развития интернета была сделана оценка регионального потенциала роста интернет-аудитории<sup>2</sup>. Оценка проводилась с учетом следующих значимых для развития интернета параметров.
  - Состояние экономики и инфраструктуры региона:
    - доля городского населения,
    - проникновение домашних телефонных линий,
    - количество мобильных телефонов на человека,
    - отношение средней заработной платы к прожиточному минимуму,
    - объем расходов на платные услуги на человека.
  - Показатели человеческого капитала:
    - доля населения старше трудоспособного возраста,
    - доля людей, имеющих высшее образование.

В соответствии с этой оценкой российские регионы образуют три группы.

- В **первой группе** – в нее вошли 38 из 79 субъектов РФ – текущие показатели проникновения интернета соответствуют рассчитанной для регионов оценке. В этих субъектах РФ (сюда входит и Москва) проживает около 45% взрослого населения страны и такая же доля всех интернет-пользователей.
- Во **второй группе** – это примерно четверть российских регионов – доля месячной интернет-аудитории превысила рассчитанную для этих регионов оценку. Самые показательные в этом отношении – Псковская и Ленинградская области, а также Северная Осетия: месячная интернет-аудитория в этих субъектах РФ составляет порядка 50% жителей, тогда как в соответствии с расчетами значимые для развития интернета параметры обеспечивают проникновение лишь на уровне около 43%. В регионах этой группы значимый рост доли пользователей возможен только при условии повышения уровня

<sup>2</sup> С помощью регрессионного анализа для регионов рассчитаны нормативные значения долей месячной интернет-аудитории. Регрессионная модель объясняет 80% дисперсии месячной аудитории.

жизни и покупательской способности, развития широкополосного и беспроводного доступа в интернет, проведении образовательных и информационных программ, повышающих осведомленность людей и компьютерную грамотность. В общей сложности на такие «перенасыщенные» регионы приходится порядка 30% населения РФ и около трети (33%) всех интернет-пользователей.

- В третью группу входит 21 регион, где потенциал развития интернета далеко не исчерпан. Но инфраструктура этих краев и областей, человеческий капитал позволяют обеспечить проникновение интернета в соответствии с рассчитанными для регионов оценками. Самый высокий потенциал развития – у республик Тыва и Мордовия, Тюменской и Иркутской областей: здесь доли месячной аудитории на 15% ниже нормативного уровня. Заметим, что даже если названные регионы «выберут» свой потенциал, то есть доли месячной аудитории достигнут рассчитанной для них оценки, прирост численности интернет-пользователей в абсолютном выражении, естественно, везде будет разным – ведь численность населения некоторых субъектов РФ не так высока, чтобы даже существенный относительный рост давал значимое увеличение числа пользователей. Так что если говорить об абсолютных значениях, наибольшим «весом» обладают Иркутская, Нижегородская и Тюменская области, в каждой из которых месячная аудитория интернета для достижения нормативных показателей должна вырасти на 130–150 тыс. человек.
- Общая численность взрослых россиян, которые в соответствии с общероссийскими тенденциями развития интернета должны на данный момент войти в месячную аудиторию, но ещё не относятся к ней, составляет около полутора миллионов человек. Это примерно 2,5% текущей месячной аудитории среди взрослого населения России.
- Освоение разнообразных возможностей Сети, показатели «качественного» использования интернет-сервисов являются еще одним важным параметром развития интернета в регионах. Для анализа этих особенностей был разработан агрегированный индекс интенсивности пользования интернетом<sup>3</sup>.
- Показатели проникновения и индекс интенсивности пользования интернетом связаны между собой: как правило, чем больше доля интернет-аудитории, тем выше уровень интернет-активности – и наоборот. Субъекты РФ, отклоняющиеся от данного правила, обладают особенностями в плане развития и распространения интернета. Выделим четыре группы регионов.
- В первую группу входят 15 субъектов РФ (на первых позициях – Москва и Санкт-Петербург). В этой группе высоки оба показателя: и доля пользователей,

<sup>3</sup> Индекс интенсивности использования интернет-практик рассчитывался на основе результатов опроса МераФОМ, проходившего в сентябре 2010 года в 68 субъектах РФ. Объем выборки – 34 000 респондентов.

Индекс рассчитывается как нормированное среднее значение используемых интернет-практик среди месячной аудитории. Каждая практика учитывается с собственным весом, который отражает специфичность её использования для суточной интернет-аудитории. То есть практики, использование которых с большей вероятностью обуславливает высокую интернет-активность, имеют больший вес. Веса определены при помощи логистической регрессионной модели.

и индекс интернет-активности. Здесь доступный интернет существует довольно давно, и аудитория отличается относительной «зрелостью» в плане использования интернет-практик.

- Вторую группу образуют Сахалинская и Томская области, Приморский край и еще 13 субъектов РФ. Здесь при относительно высоких показателях проникновения интернет-практики, использование которых свидетельствует о высокой пользовательской активности, не распространены. Многочисленная интернет-аудитория либо не имеет достаточного опыта в пользовании возможностями Сети, либо ограничена в интенсивности использования интернета (доступ в Сеть есть, но он очень дорог, и поэтому используется только для обеспечения базовых потребностей).
- Третью группу составляют примерно 10 субъектов РФ. Показатели проникновения интернета здесь – довольно скромные, а возможности интернета при этом используются очень активно. В Ивановской области, республике Марий Эл и ряде других регионов интернет-пользователи остаются немногочисленной «элитной группой».
- Четвертая группа регионов – самая многочисленная: в нее входят около 30 субъектов РФ, включая Тамбовскую, Воронежскую области, Республику Мордовия. Здесь и уровень проникновения интернета не высок, и интернет-аудитория довольно пассивна. В этих регионах следует прежде всего повышать долю интернет-пользователей – как посредством улучшения инфраструктуры и экономики, так и посредством наращиванием социального капитала.

## Месячная интернет-аудитория

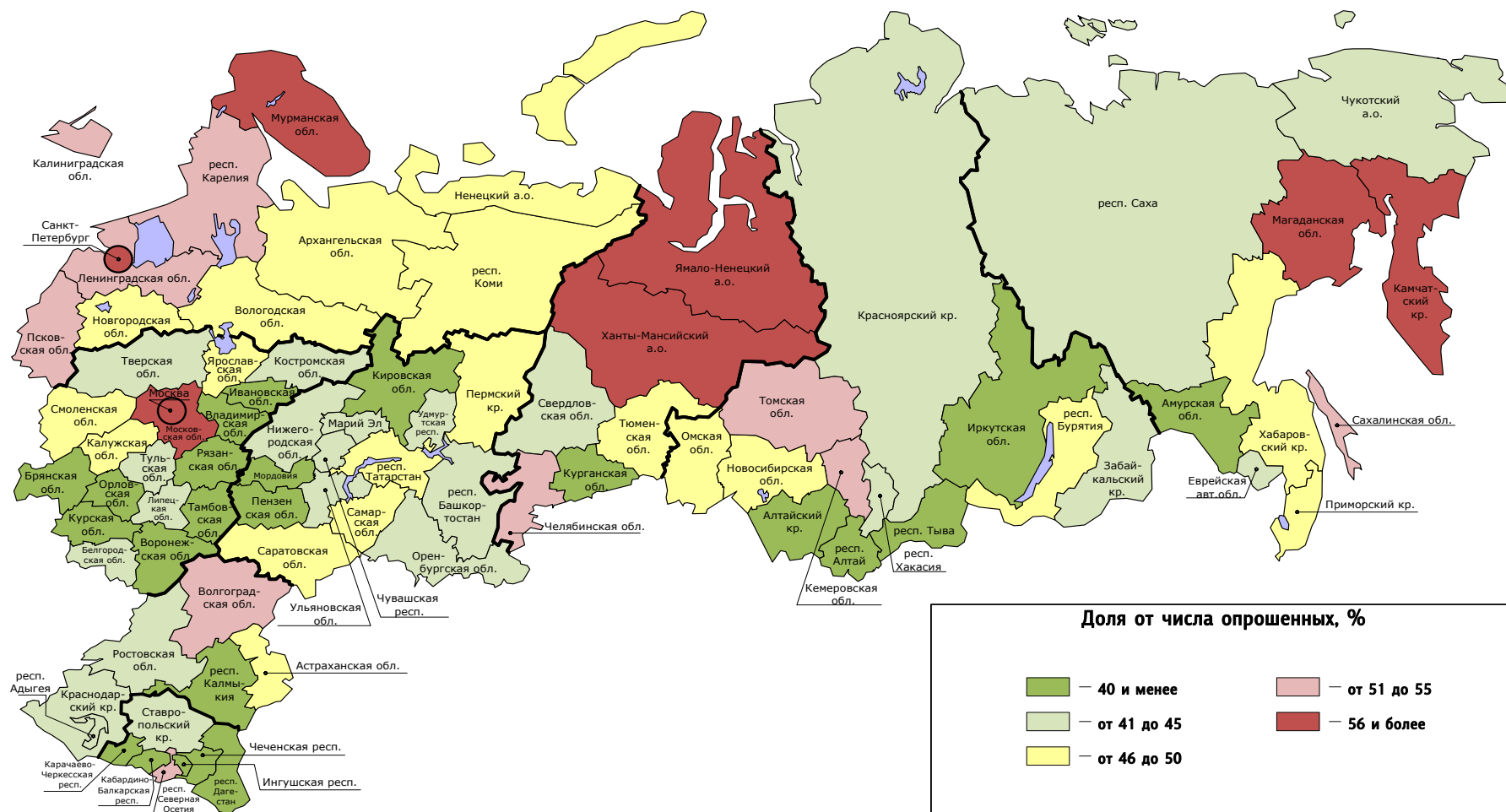


Рисунок 1. Карта: месячная интернет-аудитория в регионах РФ, % от опрошенных

Примечание: значения долей месячной аудитории для Ненецкого автономного округа, Республики Ингушетия, Чеченской Республики, Чукотского автономного округа представляют прогнозные значения регрессионной модели.

## Индекс потенциала развития интернета



Рисунок 2. Карта: индекс потенциала развития интернета в регионах РФ,

## Индекс интенсивности пользования интернетом

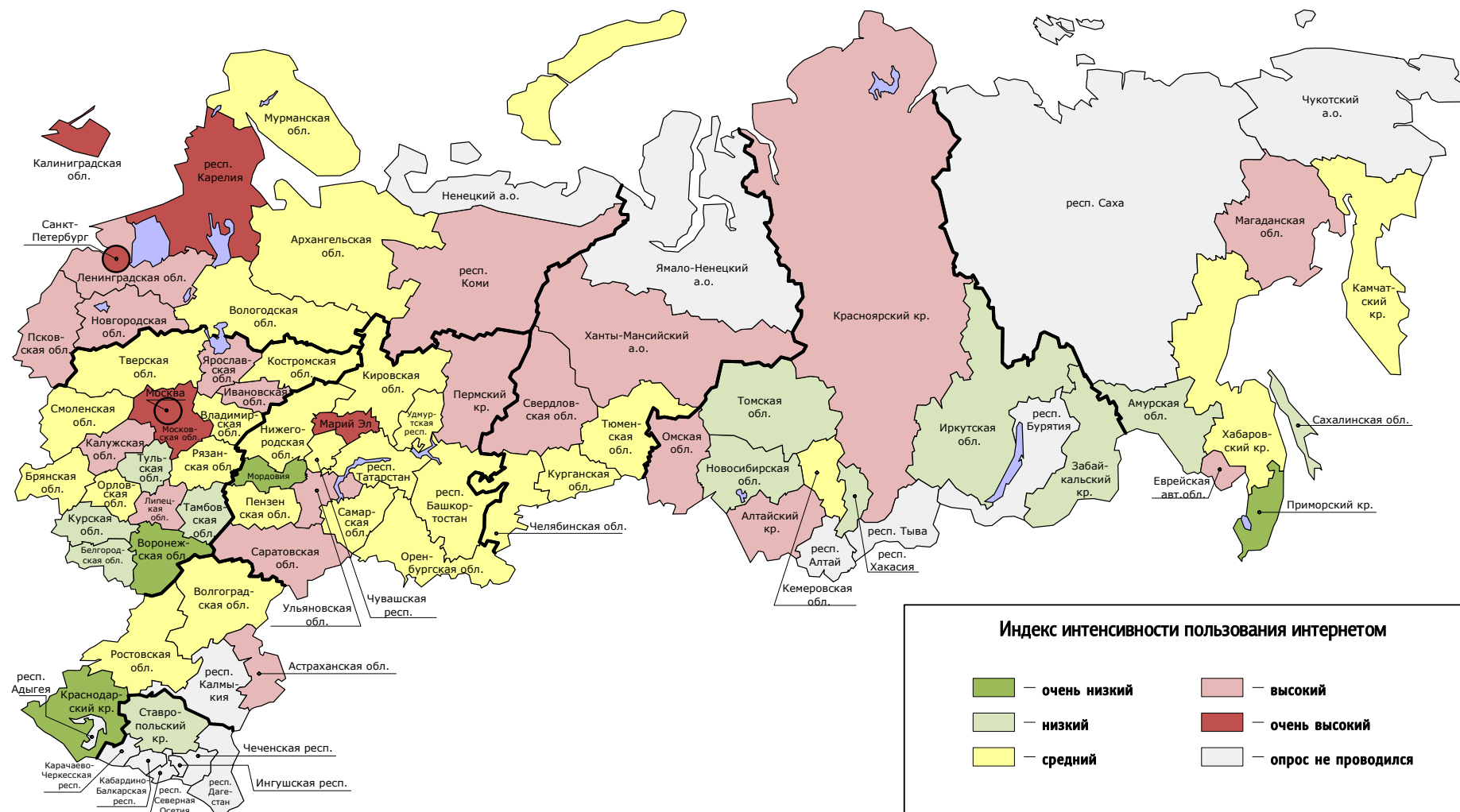


Рисунок 3. Карта: интенсивность пользования интернетом в регионах РФ,

## РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Статистика по региону	
Численность населения, чел.	1 345 171
Количество домашних телефонов на тыс. чел.	277
Количество мобильных телефонов на тыс. чел.	1 751
Среднемесячная заработная плата, руб.	38 323

Показатели развития интернета	в млн. чел.	в % по региону	в % по России
Месячная аудитория	0,50	46	48
Норматив месячной аудитории	0,63	58	-
Потенциал месячной аудитории	0,28	26	-
Среднеквартальный рост	0,05	12	6
Годовой рост	0,22	58	28
Индекс интенсивности пользования интернетом	-	35	39

Тюменская область	
Общая характеристика региона	Существенный потенциал роста интернет-аудитории обеспечен прежде всего высоким уровнем благосостояния региона. Относительно высокая численность интернет-пользователей.
Динамика роста интернет-аудитории	Рост возрастающими темпами. Регион находится на этапе быстрого роста, когда инновация принимается ранним большинством пользователей.
Вероятный сценарий развития	Сохранение среднеквартальных темпов роста на уровне 10% и последующее замедление роста после реализации потенциала (достижения доли месячной аудитории в 55-60%).

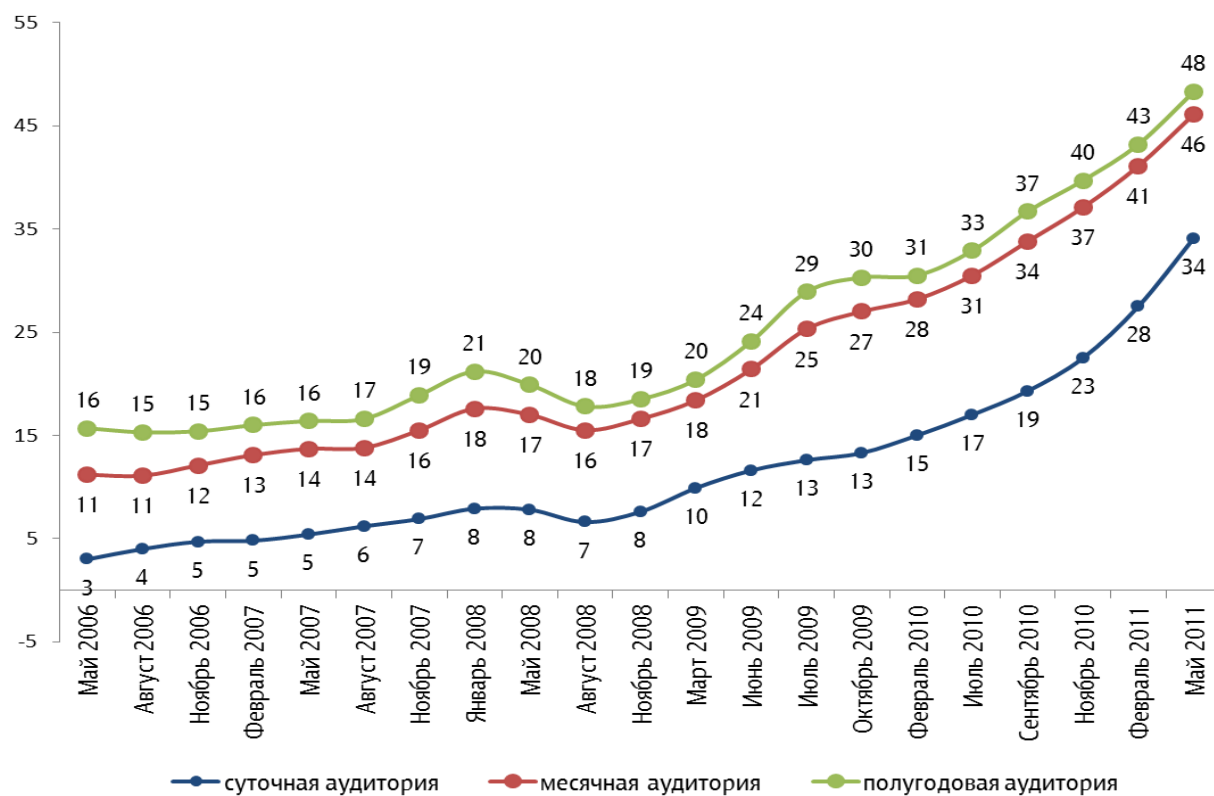


Рисунок 4. Динамика проникновения интернета\* в Тюменской области, в % от опрошенных

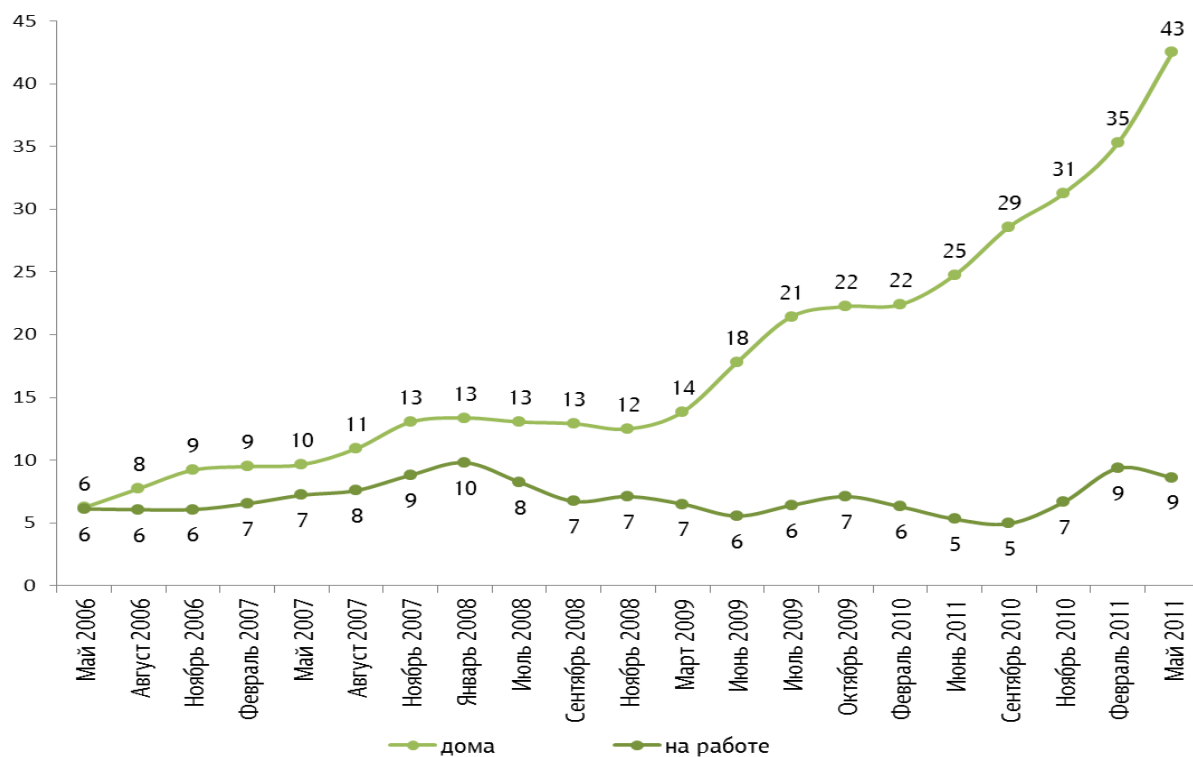


Рисунок 5. Динамика популярности основных мест пользования интернетом\* в Тюменской области, % от опрошенных

\*Динамика построена с применением сглаживания методом скользящего среднего, чтобы нивелировать случайные колебания.

## СПИСОК РЕГИОНОВ, ДОСТУПНЫХ ДЛЯ АНАЛИЗА

- |                                    |                                           |
|------------------------------------|-------------------------------------------|
| 1 Алтайский край                   | 41 Пермский край                          |
| 2 Амурская область                 | 42 Приморский край                        |
| 3 Архангельская область            | 43 Псковская область                      |
| 4 Астраханская область             | 44 Республика Адыгея                      |
| 5 Белгородская область             | 45 Республика Алтай                       |
| 6 Брянская область                 | 46 Республика Башкортостан                |
| 7 Владимирская область             | 47 Республика Бурятия                     |
| 8 Волгоградская область            | 48 Республика Дагестан                    |
| 9 Вологодская область              | 49 Республика Калмыкия                    |
| 10 Воронежская область             | 50 Республика Карелия                     |
| 11 город Москва                    | 51 Республика Коми                        |
| 12 город Санкт-Петербург           | 52 Республика Марий Эл                    |
| 13 Еврейская автономная область    | 53 Республика Мордовия                    |
| 14 Забайкальский край              | 54 Республика Саха (Якутия)               |
| 15 Ивановская область              | 55 Республика Северная Осетия-Алания      |
| 16 Иркутская область               | 56 Республика Татарстан                   |
| 17 Кабардино-Балкарская Республика | 57 Республика Тыва                        |
| 18 Калининградская область         | 58 Республика Хакасия                     |
| 19 Калужская область               | 59 Ростовская область                     |
| 20 Камчатский край                 | 60 Рязанская область                      |
| 21 Карачаево-Черкесская Республика | 61 Самарская область                      |
| 22 Кемеровская область             | 62 Саратовская область                    |
| 23 Кировская область               | 63 Сахалинская область                    |
| 24 Костромская область             | 64 Свердловская область                   |
| 25 Краснодарский край              | 65 Смоленская область                     |
| 26 Красноярский край               | 66 Ставропольский край                    |
| 27 Курганская область              | 67 Тамбовская область                     |
| 28 Курская область                 | 68 Тверская область                       |
| 29 Ленинградская область           | 69 Томская область                        |
| 30 Липецкая область                | 70 Тульская область                       |
| 31 Магаданская область             | 71 Тюменская область                      |
| 32 Московская область              | 72 Удмуртская Республика                  |
| 33 Мурманская область              | 73 Ульяновская область                    |
| 34 Нижегородская область           | 74 Хабаровский край                       |
| 35 Новгородская область            | 75 Ханты-Мансийский автономный округ-Югра |
| 36 Новосибирская область           | 76 Челябинская область                    |
| 37 Омская область                  | 77 Чувашская Республика                   |
| 38 Оренбургская область            | 78 Ямало-Ненецкий автономный округ        |
| 39 Орловская область               | 79 Ярославская область                    |
| 40 Пензенская область              |                                           |

## ИССЛЕДОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА ФОМ

Фонд Общественное Мнение занимается изучением интернета с 2000 года.

Вы можете:

- ✦ Приобрести готовые аналитические отчеты.
- ✦ Заказать эксклюзивный отчет на основе полученных данных.
- ✦ Включить свои вопросы в дальнейшие исследования интернета.

Руководитель проекта "Мир Интернета"

Павел Лебедев

lebedev@fom.ru

Телефон: 745-87-65 (доб. 2224)