

Всемирная паутина в цифрах. Аудитория Интернета в России

В статье рассмотрены ключевые тенденции развития аудитории Интернета в России, а также предпочтения пользователей по тематическим группам сайтов и Интернет-ресурсам.

Екатерина Кузнецова,
TNS Россия

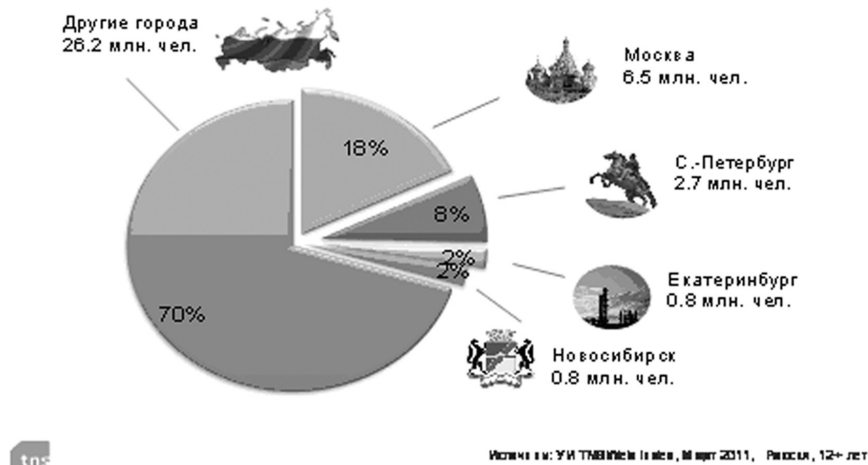
Ключевые слова: аудитория Интернета, мобильный Интернет, профильпользователя, сайт, ресурс

Сегодня Интернет стал неотъемлемой частью жизни многих людей. Всемирная паутина — динамично развивающаяся среда, которая предлагает пользователям широкий круг возможностей и сервисов. Все больше россиян пополняют ряды Интернет-пользователей. Каков размер аудитории Интернета в России? Какую динамику роста демонстрируют различные возрастные группы? Какие Интернет-проекты собирают самую большую аудиторию? Ответить на эти и другие вопросы помогут результаты исследования Интернет-аудитории в России компании TNS (проект Web Index).

Цель проекта Web Index заключается в предоставлении детальной информации по объемам и характеристикам аудитории интернет-сайтов. Интернет-панель в рамках исследования репрезентирует население городов России 100 000+ в возрасте 12-54 лет, использующее Интернет дома или на работе. Отдельно предоставляются данные по Москве, Санкт-Петербургу, Екатеринбургу и Новосибирску.

В марте 2011 года в городах России с населением более 100 тыс. человек 37 млн. пользователей старше 12 лет заходили в Интернет хотя бы раз, что составляет 60% населения этих городов. При этом 18% пользователей (6,5 млн. человек) проживают в Москве, 8% (2,7 млн.) — в Санкт-Петербурге, по 2% пользователей (0,8 млн.) в Екатеринбурге и Новосибирске. Остальные 70% Интернет-аудитории живут в других городах России

Рисунок 1
Аудитория Интернета в России (100 тыс. +).
Охват за месяц (тыс. чел.)

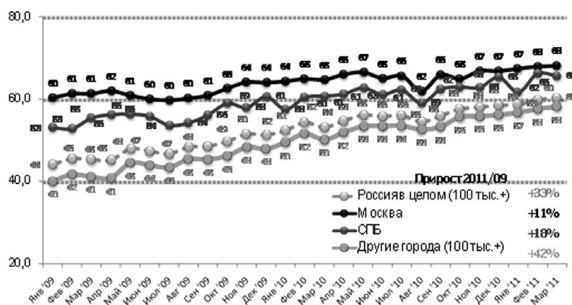


с населением более 100 тыс. человек (рис.1).

В Москве зафиксирован наиболее высокий уровень проникновения Интернета в России: хотя бы раз за месяц в Сеть выходят 68% жителей города старше 12 лет, в Санкт-Петербурге — 66%, в других городах России — 58%. При этом охват аудитории в других городах за последние два года вырос на 42% (с 41% до 58%). Москва и Санкт-Петербург демонстрируют более низкие темпы роста (+11% и +18% соответственно за два года). Таким образом, сегодня происходит замедление темпов роста аудитории в двух столицах, прирост аудитории Интерне-

Рисунок 2

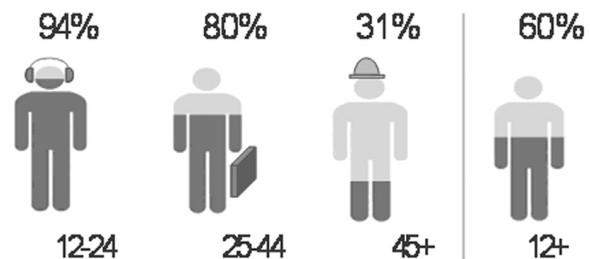
Динамика аудитории Интернета в России (100 тыс. +). Охват за месяц (% от населения старше 12 лет)



Источник: УИ TNSWeb Index, 2009-2011, Россия, 12+ лет

Рисунок 3

Проникновение Интернета в возрастных группах, % от возрастной группы. Россия (100 тыс. +)



Источник: УИ TNSWeb Index, Март 2011, % от возрастной группы, Россия, 12+ лет

та в России приходится на другие города России с населением более 100 тыс. человек (рис.2).

В возрастных группах пользователей наиболее высокий уровень охвата Интернета за месяц приходится на группу от 12 до 24 лет — 94%. Доля пользователей Сети среди россиян в возрасте от 25 до 44 лет составляет 80%. Самый низкий уровень проникновения Интернета зафиксирован в старшей возрастной группе: всего 31% среди россиян старше 45 лет. При этом именно эта группа демонстрирует наиболее высокие темпы прироста. Так, за год количество пользователей в старшей группе выросло на 38,9% (с 6 млн. 122 тыс. до 8 млн. 502 тыс. чел.) Возрастная группа от 25 до 44 лет демонстрирует замедление темпов роста аудитории: +23,2% в марте 2010 г. по отношению к 2009 г. и +13,8% в текущем году по сравнению с 2010 г. Размер Интернет-аудитории в самой молодой группе, от 12 до 24 лет, сохраняется на одном уровне на протяжении последних двух лет.

Таким образом, прирост аудитории Интернета происходит за счет старших возрастных групп, в которых доля пользователей Сети пока относительно небольшая (рис. 3,4).

В марте 2011 г. в России насчитывалось 4 млн. 473 тыс. "чайников" — людей, которые пользуются Интернетом менее года. Эта группа составляет 12% всех пользователей Сети. Более 5 лет в Интернете провели 36% пользователей, или 12 млн. 857 тыс. человек.

Профиль пользователей Интернета со стажем и "новичков" существенно различается. Так, 57% пользователей сети со стажем до года составляют люди старше 35 лет. Доля старших возрастных групп среди пользователей Интернета в целом ниже. Среди продвинутых пользователей наибольшую долю занимает группа от 25 до 34 лет (34%), что выше, чем в структуре Интернет-пользователей в целом (рис. 5,6).

Положительная динамика аудитории Интернета проявляется не только в росте количества уникальных посетителей за месяц, но и в увеличении активности пользования Сетью. Активные пользователи Сети — это люди, которые ежедневно выходят в Интернет. Так, если среди всех посетителей Интернета за месяц в марте 2009 г. 71% выходили в Интернет ежедневно, то в марте 2011 г. доля активных посетителей составила уже 81% (рис. 7).

На фоне общего роста количества пользователей Сетью происходит рост аудитории мобильного Интернета. Так, количество пользователей мобильным Интернетом за месяц выросло на 40%

Рисунок 4

Количество пользователей в возрастных группах. Россия (100 тыс. +), в тыс.чел.

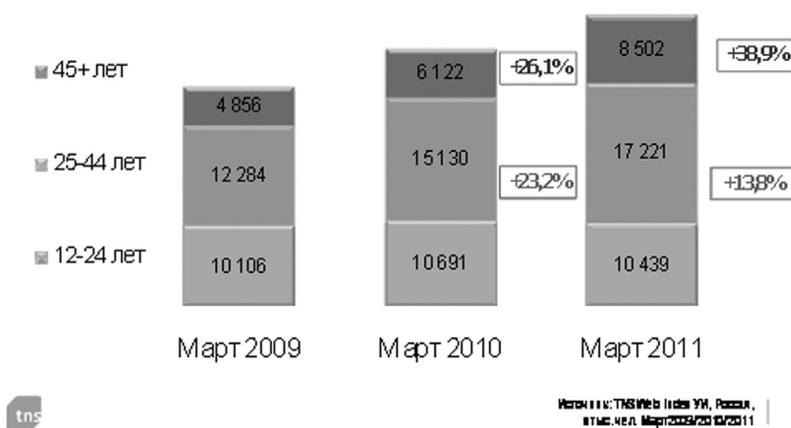


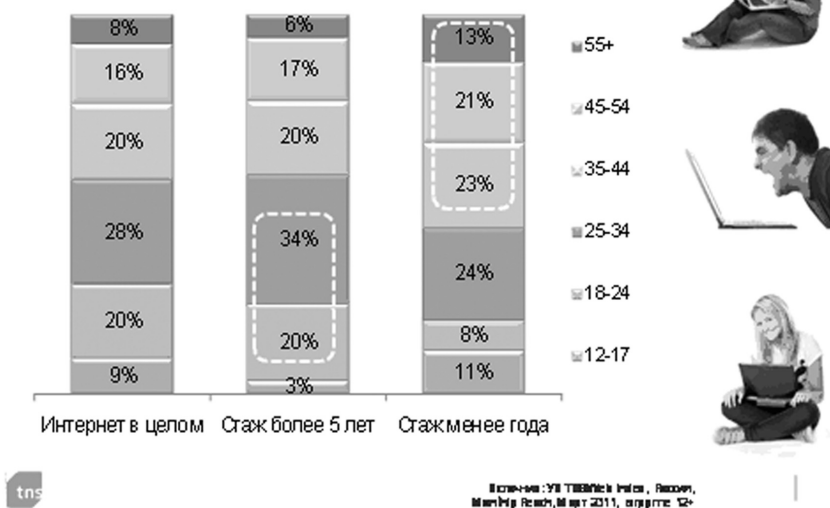
Рисунок 5

«Чайники» vs Продвинутые пользователи. Стаж в сети. Россия (100 тыс. +)



Рисунок 6

Возрастная структура пользователей Интернета в России (100 тыс. +)

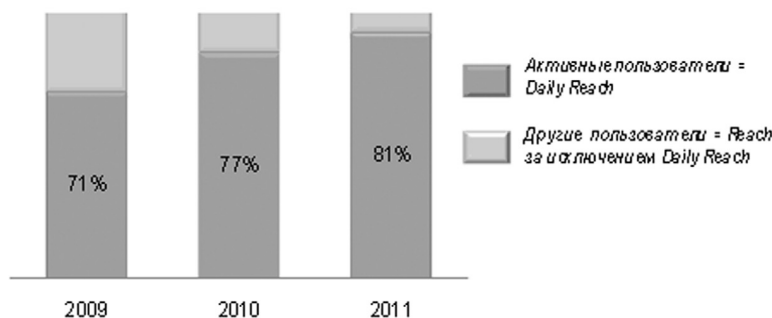


(с 7 млн. 674 тыс. до 10 млн. 704 тыс. человек) за последние два года, при этом общий рост Интернет-аудитории составил 33%. Таким образом, рост аудитории мобильного Интернета опережает рост Интернета в целом. Структура пользователей мобильным Интернетом и Сетью в целом различается. Аудитория мобильного Интернета — молодежь: 54% пользователей за месяц составляют люди в возрасте от 12 до 24 лет, при этом среди пользователей Сети в целом доля этой группы составляет 29% (рис. 8,9).

Интерес к тематическим группам ресурсов среди пользователей Сети различен. Так, четыре группы ресурсов выделяются по количеству посетителей за месяц: на порталы заходят 69% жителей России в возрасте от 12 до 54 лет, на поисковые сайты — 67%, в социальные сети — 66% россиян, на почтовые сервисы — 65%. При этом аудитория порталов и социальных сетей является наиболее лояльной: 46% и 42% россиян заходят на ресурсы этих групп ежедневно. Среди общего количества пользователей поисковых систем и почтовых сервисов за месяц 34% и 35% россиян соответственно заходят на ресурсы ежедневно (рис. 10).

Профиль посетителей площадок тематических групп различается по полу и возрасту. На карте представлен профиль каждого из сегментов. Чем выше находится сегмент, тем старше его посетители, чем ниже — тем моложе; слева расположены ресурсы, в аудитории которых выше доля мужчин, справа — женщин. Размер каждого сегмента представляет относительный охват группы ресурсов. Сегменты с самым большим охватом — поисковые ресурсы, порталы, почтовые сервисы и социальные сети — расположены в середине карты, так как они собирают аудиторию различных возрастных групп, мужчин и женщин. Профиль посетителя этих сегментов схож со "средним" Интернет-пользователем. Более "взрослые" сегменты — "финансы и законодательство", "недвижимость", а также "рассылки", "открытки", "путешествия". Молодую аудиторию привлекают развлекательные ресурсы, а также сегмент "словари и энциклопедии". В аудитории мужских ресурсов больше мужчин младшего возраста. Среди других "мужских" ресурсов — "наука и технологии", сайты о спорте и автомобилях. При этом в аудитории этих площадок присутствуют мужчины различных возрастных групп. Интерес преимущественно у женской аудитории вызывают проекты, посвященные здоровью и детям, еде, дому и саду и, конечно же, женские ресурсы в целом, которые в той или иной степени освещают

Рисунок 7
Рост доли активных пользователей Интернета.
Россия (100 тыс.+)



tns

Источник: TNS Web Index, Март 2009/02/11, 12-54, Россия (100 тыс.+), Daily Reach, Reach

Рисунок 8
Аудитория мобильного Интернета за месяц. Россия (100 тыс.+)



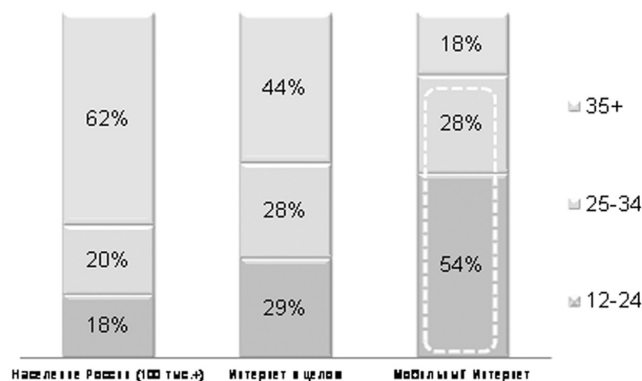
+40% за 2 года



Источник: TNS Web Index, Март 02/2011, в группе 12+, Россия (100 тыс.+)

tns

Рисунок 9
Мобильный Интернет. Портрет пользователя за месяц. Россия (100 тыс.+)



Источник: TNS Web Index, Россия (100 тыс.+), Март 2011, в группе 12+

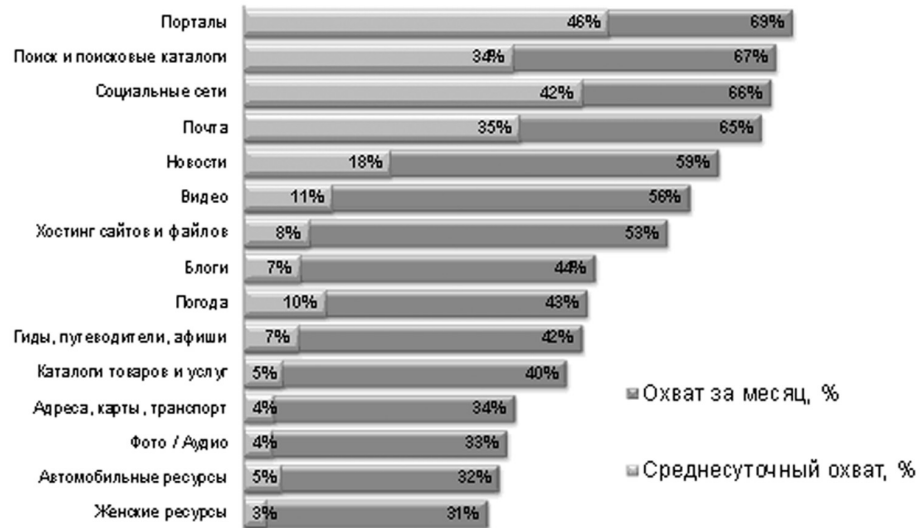
tns

щают эти темы. Стоит отметить, что средний пользователь "женских" порталов старше, чем посетитель "мужских" площадок (рис. 11).

Среди Интернет-проектов, лидирующих по охвату за сутки, находятся площадки различных тематических групп. Мы проанализировали среднесуточный охват проектов в процентах от всех россиян в возрасте от 12 до 54 лет. Охват холдингов Яндекс, Mail.ru, Rambler включает аудиторию различных проектов этих холдингов. Топ-3 Интернет ресурса — Яндекс (38% россиян), Mail.ru (34%) и социальная сеть Vkontakte.ru (31%) — лидируют с большим отрывом от других площадок. За два года эти проекты продемонстрировали относительный прирост аудитории за сутки: +94%, +76%, +89% соответственно. При этом общий

Рисунок 10

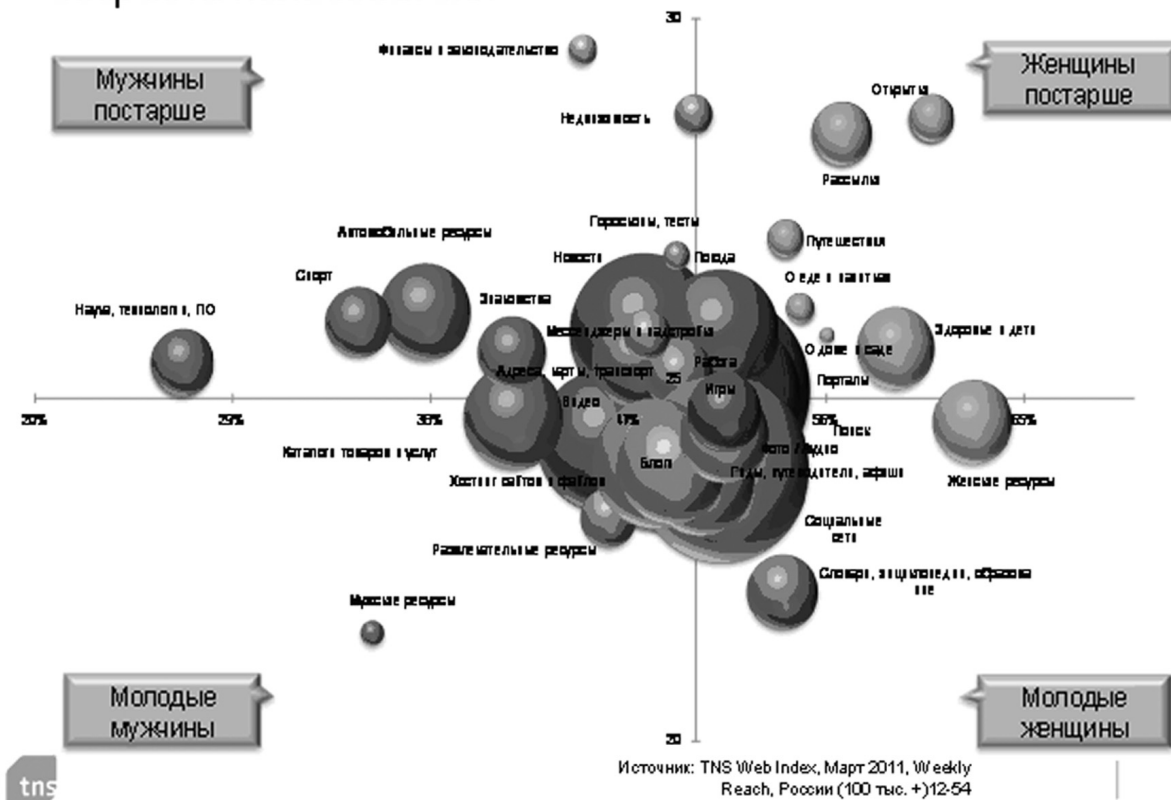
Топ-15 сегментов Интернет-ресурсов. Охват за месяц, среднесуточный охват (% от населения России в возрасте от 12 до 54 лет)



Источник: TNS Web Index, Март 2011, Reach %, Daily Reach %, Россия (100 тыс.+)12-54

Рисунок 11

Предпочтения по сайтам в зависимости от пола и возраста пользователя



Источник: TNS Web Index, Март 2011, Weekly Reach, Россия (100 тыс.+)12-54

охват суточной Интернет-аудитории среди россиян вырос на 60%. Таким образом, динамика аудитории лидирующих ресурсов опережает рост среднесуточной аудитории Интернета в целом. В списке лидеров площадок по охвату за сутки среди россиян находятся также сайты зоны .com — это Google (включая зону .ru), Wikipedia.org, Youtube.com, Facebook.com (рис. 12).

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы относительно динамики развития Интернета в России:

- Наиболее высокий уровень проникновения Интернета зафиксирован в Москве и Санкт-Петербурге, прирост аудитории Интернета в России происходит за счет других городов с населением более 100 тыс. человек

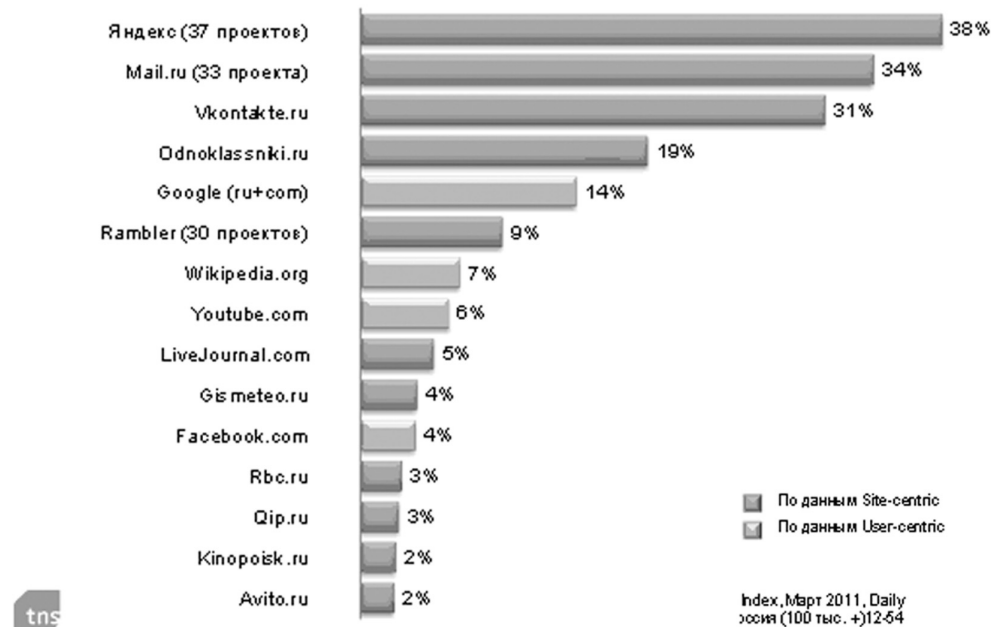
- Ключевая возрастная группа среди пользователей Сети — люди в возрасте от 12 до 44 лет

- Доля пользователей в группе "старше 45 лет" относительно небольшая, при этом группа демонстрирует самые высокие темпы роста

- Происходит рост доли активных пользователей Интернет

Рисунок 12

Топ-15 Интернет-ресурсов. Охват за сутки. (% от населения России в возрасте от 12 до 54 лет)



- Рост количества пользователей мобильным Интернетом

- Четыре группы ресурсов — порталы, почтовые сервисы, социальные сети, поисковые ресурсы аккумулируют самую большую аудиторию

- Топ-3 Интернет-ресурса в России — холдинги Яндекс, Mail.ru и социальная сеть Vkontakte.ru.