

Алёшкина Дарья Владимировна

аспирант кафедры социально-экономической
и отраслевой статистики
Московского государственного университета
экономики, статистики и информатики (МЭСИ)

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
ИНТЕРНЕТА В РОССИИ****Аннотация:**

В статье на основе статистических данных онлайн-опроса выявлена межрегиональная диспропорция среди пользователей российской сети Интернет и определены федеральные округа с низким уровнем ее проникновения. Предполагается, что полученные результаты могут быть использованы руководителями проектов малого и среднего бизнеса для планирования эмансипации регионов, а также государственными структурами, контролирующими деятельность интернет-провайдеров на региональном и федеральном уровнях.

Ключевые слова:

мобильный интернет в регионах России, структура мобильного интернета, распространение мобильного интернета, география российского интернета.

Alyoshkina Daria Vladimirovna

PhD student, Socio-Economic
and Industrial Statistics Department,
Moscow State University of Economics,
Statistics and Informatics (MESI)

**REGIONAL FEATURES OF
INTERNET IN RUSSIA****Summary:**

On the basis of statistical data of the online survey the article identifies the regional disparities of Russian Internet users and defines federal districts with low Internet connectivity. It is supposed, that the research results can be applied by project managers of small and medium-sized businesses to plan emancipation of the regions, as well as government agencies regulating the activities of Internet providers at the regional and federal levels.

Keywords:

mobile Internet in the Russian regions, structure of mobile Internet, spread of mobile Internet; geography of Russian Internet.

Очевидно, что на данном этапе мобильные приложения еще не стали полноценной заменой крупным сайтам. Однако мобильные версии за счет своей доступности воздействуют именно на группы пользователей сети Интернет, которые нуждаются в мобильности и активно вовлечены в процесс интернет-потребления [1]. Как следствие, обретая свободу перемещения, подобные группы пользователей увеличивают объем потребления.

Данная тенденция приводит к перераспределению финансовых затрат. При этом наблюдается увеличение доходов площадок, что в свою очередь влечет за собой рост качества контентного наполнения крупных площадок. В наибольшей степени наметившиеся процессы воздействуют на сайты, ориентированные на широкую аудиторию. На протяжении последних шести лет популярность сайтов-лидеров увеличивается. Предполагается, что данная тенденция сохранится и в будущем.

Мобильность – та отличительная черта, которая помогает людям общаться, где бы они ни находились. Охват мобильных сервисов не достиг уровня классических систем, однако в этом и есть большой потенциал. В среднем за месяц самые популярные мобильные категории охватывают 77 % аудитории [2].

В целом по России мобильные приложения, то есть мобильные посетители, проявляют активность, схожую с активностью посетителей веб-версий сайтов, использующих для выхода в интернет стационарные компьютеры. В ходе анализа данных нами была сформулирована гипотеза о том, что на региональном уровне более распространено проникновение мобильного, чем широкополосного доступа в интернет. Особенно проникновение мобильного интернета актуально в регионах, испытывающих трудности с проникновением Сети.

Для апробации и оценки интернета в регионах была сформирована анкета и проведен онлайн-опрос, в ходе которого затрагивалась тема выхода в интернет с разных типов устройств. В рамках проведенного опроса мы описали географию посетителей и практику использования мобильного и широкополосного видов доступа в интернет. Результаты проведенного опроса представляют собой ценность для руководителей проектов малого и среднего бизнеса для планирования эмансипации регионов, а также государственных структур, контролирующей деятельность интернет-провайдеров на региональном и федеральном уровнях. Основой успешной деятельности портала (сайта) в регионах является объективное понимание мотивов, желаний и предпочтений потребителей. Всесторонний анализ и своевременное понимание этих аспектов, а также их использование в рекламном обращении позволяют успешно вести маркетинговое управление сайтом.

Период проведения исследования – с 20 января по 16 февраля 2014 г. Выборка составила 283 человека, 96 (34 %) из которых мужчины, 187 (66 %) – женщины. В ходе исследования также были рассмотрены половозрастные особенности. Мужская часть респондентов распределилась по возрастным категориям следующим образом: 12–24 года (27 % респондентов), 25–34 лет (34 %), 35–44 года (17 %), 45–54 года (14 %) и 55 лет и старше (8 %). Женская часть респондентов: 12–24 года (31 %), 25–34 лет (33 %), 35–44 года (19 %), 45–54 года (11 %) и 55 лет и старше (9 %). Опрос проводился на базе исследовательского ресурса SurveyMonkey.

Особое место в исследовании занимал вопрос о том, в каком регионе проживает респондент и какой тип интернет-соединения (мобильный / ШПД / ADSL) использует. Результаты исследования по регионам наглядно представлены на рисунке 1.

Поскольку Москва и Санкт-Петербург с прилегающими областями относятся к отдельной категории потребительской интернет-активности, поэтому и в данном онлайн-опросе эти территории были также представлены как отдельные субъекты.

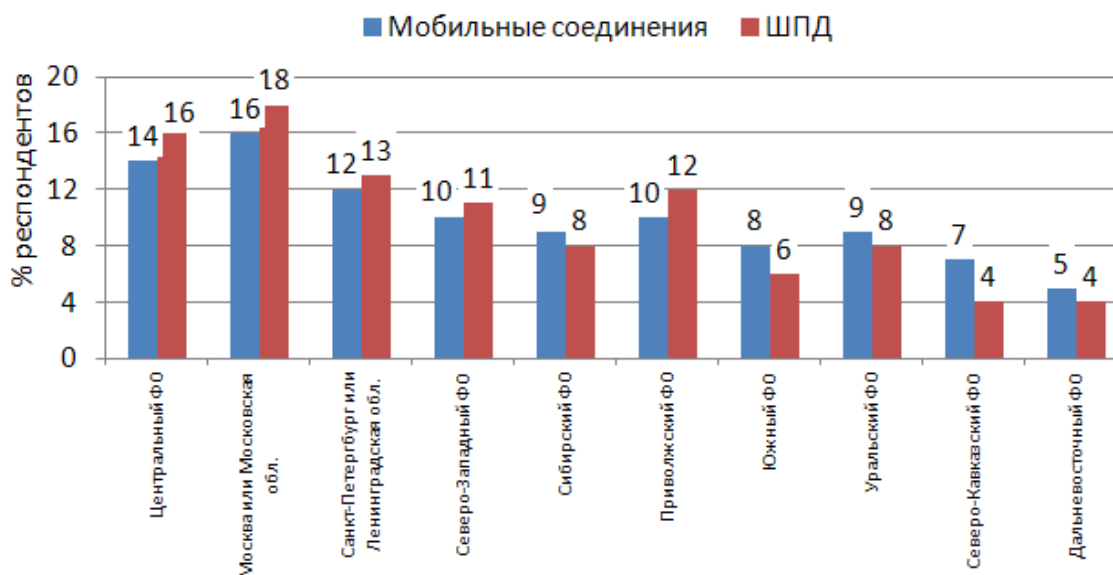


Рисунок 1 – Распределение респондентов онлайн-опроса по федеральным округам России, %

В результате проведенного опроса по субъектам РФ можем сделать следующие выводы. Центральный федеральный округ, Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область характеризуются большей долей респондентов, пользующихся широкополосным доступом в интернет. Это связано с высокой концентрацией офисов, где для работы и доступа в интернет используются стационарные компьютеры или ноутбуки, подключенные к выделенным интернет-каналам связи (ШПД). То же относится и к Приволжскому ФО, в котором доля респондентов, выходящих в интернет с ШПД, на 2 % превышает долю пользователей мобильным интернетом.

В Южном, Северо-Кавказском, Уральском и Дальневосточном федеральных округах мобильные соединения используются респондентами чаще широкополосного доступа. Связано это с тем, что в этих федеральных округах заметно хуже развита проводная инфраструктура, поэтому мобильный интернет здесь зачастую более доступен, нежели ШПД.

Как мы видим, результаты проведенного опроса полностью подтверждают гипотезу о широком распространении мобильного интернета в труднодоступных для ШПД регионах.

К основным факторам, способствующим росту и развитию интернета в регионах России, можно отнести развитие услуг связи и рост проникновения мобильных устройств, а также снижение стоимости трафика и развитие современных стандартов связи (3G и 4G). В этом аспекте государственный контроль и содействие провайдерам принесут свои плоды, поскольку со временем мобильный интернет станет еще более востребован, а развитие и удешевление технологий, как и рост проникновения интернета, – главные факторы прогресса.

Ссылки:

1. Проникновение интернета в Россию и его последствия : пресс-выпуск ВЦИОМ № 2302.
2. Аудитория Интернета в России [Электронный ресурс]. URL: http://www.tns-global.ru/press/news/183388/?sphrase_id=46566 (дата обращения: 25.03.2015).

References:

1. Internet penetration in Russia and its consequences: the press release VTsIOM no. 2302.
2. *Internet audience in Russia 2015*, retrieved 25 March 2015, <http://www.tns-global.ru/press/news/183388/?sphrase_id=46566>.