

Развитие интернета в регионах России

Весна 2013



Яндекс

company.yandex.ru

- 2** Аудитория интернета
 - Рост аудитории интернета
 - Рост проникновения интернета
 - Структура интернет-аудитории
- 6** Доступность интернета
 - Фиксированный широкополосный доступ
 - Мобильный доступ
- 9** Интернет с мобильных устройств
 - Аудитория
 - Устройства
 - Использование
- 12** Домены
- 13** Характеристики регионов
 - Центральный федеральный округ
 - Северо-Западный федеральный округ
 - Южный федеральный округ
 - Приволжский федеральный округ
 - Уральский федеральный округ
 - Сибирский федеральный округ
 - Дальневосточный федеральный округ
 - Москва и Санкт-Петербург
- 24** Основные цифры и факты
- 25** Приложение. Сравнение показателей развития интернета по округам

В исследовании использованы данные сервисов Яндекс.Метрика, Яндекс.Новости, Яндекс.Справочник и Яндекс.Каталог за январь-февраль 2013 года.

Данные о проникновении интернета в России получены от Фонда «Общественное мнение», учтены люди старше 18 лет. Сведения о пользовании интернетом с мобильных устройств получены от исследовательской группы TNS, они охватывают людей старше 12 лет, проживающих в городах с населением свыше 100 тыс. человек.

Также использованы данные Технического Центра Интернет.

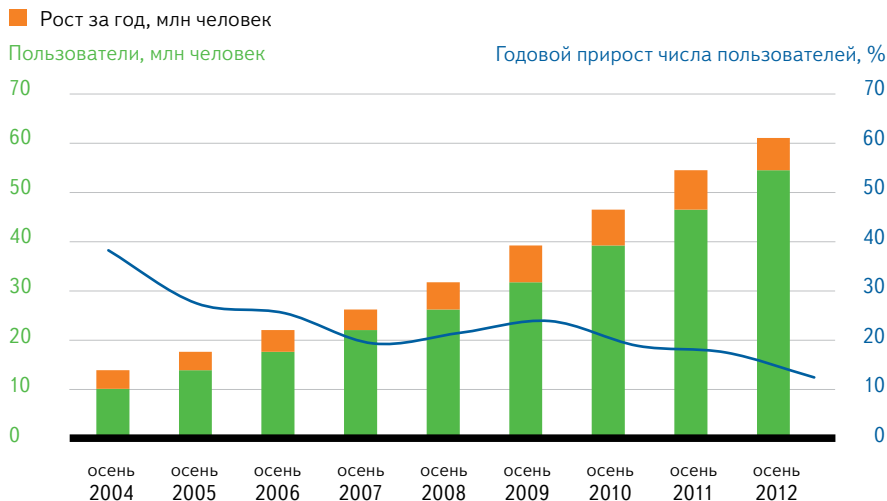
АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА

По данным ФОМ на осень 2012 года, месячная аудитория интернета в России составляет 61,2 млн человек старше 18 лет — это более 52% всего совершеннолетнего населения страны. Для большинства пользователей интернет стал повседневным, привычным явлением. Три четверти выходящих в сеть (почти 47 млн человек) делают это ежедневно. По данным TNS, в городах с населением более ста тысяч жителей практически у всех пользователей (94%) есть выход в интернет из дома, причем у большинства из них — широкополосный.

РОСТ АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА

Аудитория интернета по-прежнему растёт, но темпы роста замедляются — с осени 2010 по осень 2011 года она увеличилась на 17%, а с 2011 по 2012 год рост составил 12%.

РОСТ МЕСЯЧНОЙ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИИ

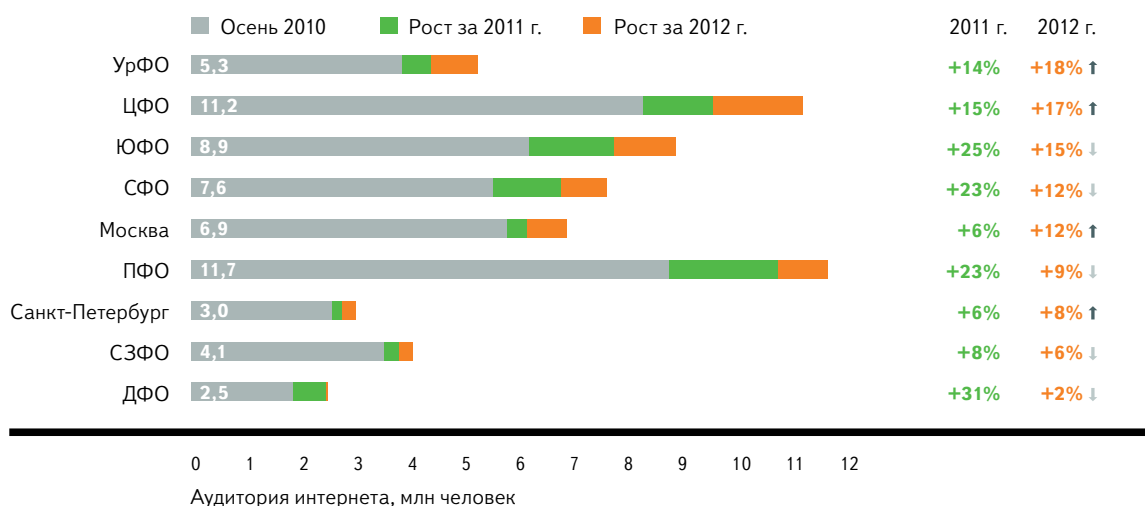


ПО ДАННЫМ ФОМ, ОСЕНЬ 2012

Среди федеральных округов только два — Центральный и Уральский¹ — увеличили темпы роста, остальные показали снижение. Сильнее всего рост замедлился в Дальневосточном федеральном округе, который ещё год назад лидировал по этому показателю. Москва и Санкт-Петербург, несмотря на всеобщее замедление, увеличили темпы — однако происходит это за счёт увеличения населения мегаполисов, а не за счёт роста проникновения интернета (доли пользователей интернета среди жителей).

Аудитория интернета увеличивается в основном за счёт регионов — 86% новых пользователей живут за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Это чуть меньше, чем в предыдущие годы — тогда на регионы приходилось более 90% новой аудитории.

РОСТ АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА В РЕГИОНАХ РОССИИ



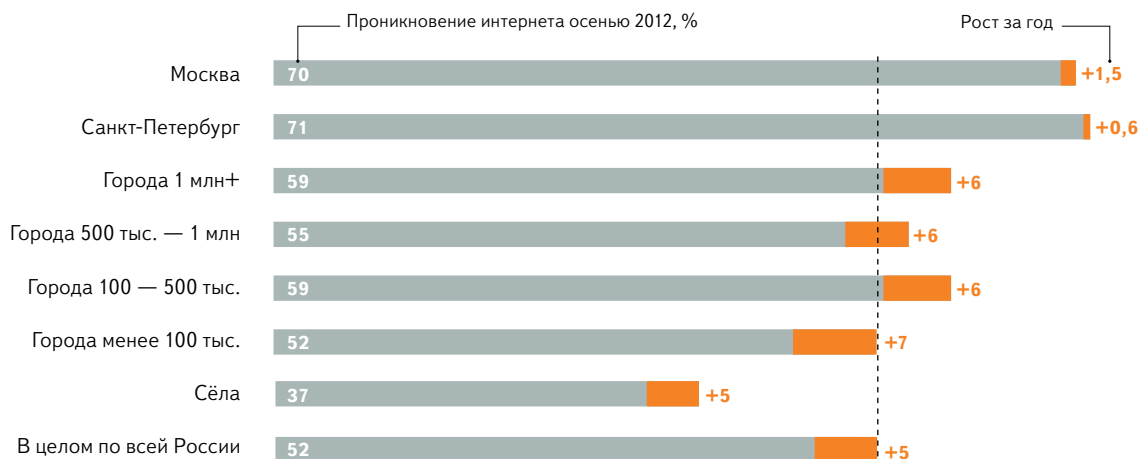
ПО ДАННЫМ ФОМ, ОСЕНЬ 2012

¹ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ УЧИТЫВАЛСЯ БЕЗ МОСКВЫ, А СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ БЕЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА. ПОКАЗАТЕЛИ СТОЛИЦ РАССЧИТАНЫ ОТДЕЛЬНО. ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ ОЦЕНИВАЛСЯ ВМЕСТЕ С СЕВЕРО-КАВКАЗСКИМ.

РОСТ ПРОНИКНОВЕНИЯ ИНТЕРНЕТА

За год проникновение интернета в целом по России выросло на 5 процентных пунктов¹ до 52%. Наибольший вклад в рост этого показателя внесли города с населением менее 100 тысяч человек. Здесь проникновение увеличилось за год на 7 процентных пунктов, достигнув среднего уровня по России. Сёла по-прежнему сильно отстают. Видимо, среднероссийского показателя они достигнут не скоро: в этом году рост проникновения интернета в сёлах замедлился (5 п.п. против 8 п.п. в 2011 году). В столицах проникновение практически перестало увеличиваться, остановившись в районе 70%.

ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА В РАЗНЫХ НАСЕЛЁННЫХ ПУНКТАХ, %



ПО ДАННЫМ ФОМ, ОСЕНЬ 2012

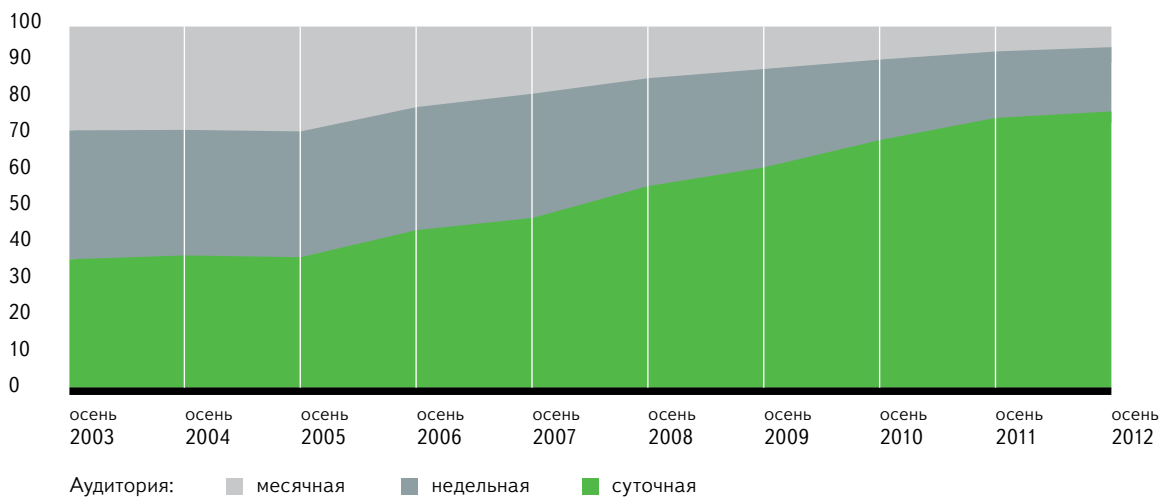
¹ ПРОЦЕНТНЫЙ ПУНКТ (п.п.) — ЕДИНИЦА, ПРИМЕНЯЕМАЯ ДЛЯ СРАВНЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ВЫРАЖЕННЫХ В ПРОЦЕНТАХ. НАПРИМЕР, В 2011 ГОДУ ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ БЫЛО 47%, А В 2012 — 52%. ЗА ГОД ПРОНИКНОВЕНИЕ ВЫРОСЛО НА 5 ПРОЦЕНТНЫХ ПУНКТОВ (ИЛИ НА 11%).

СТРУКТУРА ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИИ

Доля пользователей, которые ежедневно выходят в сеть, достигла 77%. Рост за год составил всего 2 п.п., что заметно ниже, чем в предыдущие годы.

ЧАСТОТА ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТОМ

Доля пользователей от месячной аудитории, %



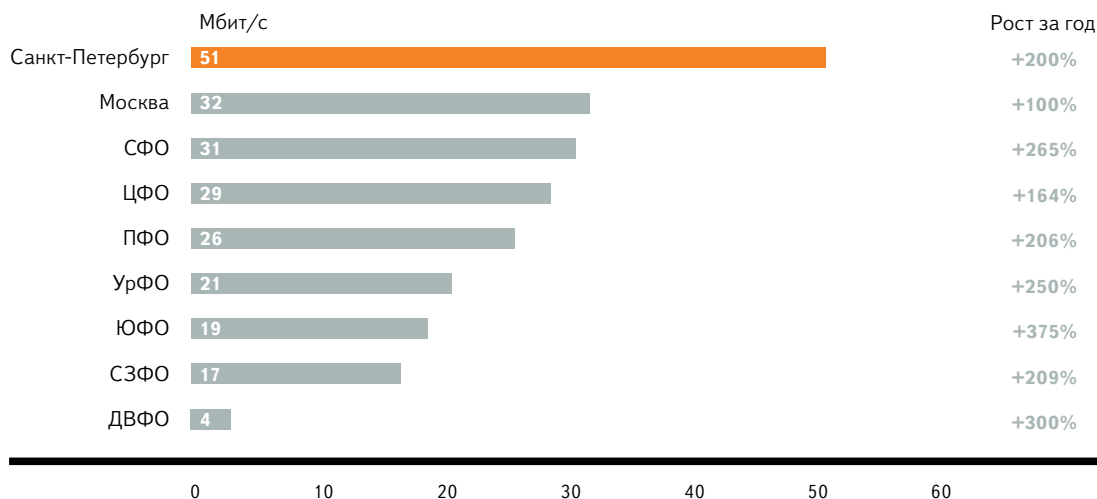
ДОСТУПНОСТЬ ИНТЕРНЕТА

ФИКСИРОВАННЫЙ ШИРОКОПОЛОСНЫЙ ДОСТУП

За прошедший год скорость фиксированного широкополосного доступа к интернету значительно выросла, а его цена в пересчёте на 1 Мбит/с заметно снизилась — по данным Яндекса, в 3 раза до 36 рублей за 1 Мбит/с. Однако вероятно, что большинство пользователей не стало платить за интернет меньше, просто теперь за те же деньги пользователи получают доступ на более высокой скорости (если, конечно, они озаботились переходом на новые тарифы).

Значительная часть пользователей выбирает тарифы по 500—600 рублей в месяц. В регионах среди таких тарифов скорость доступа в сеть выросла в 4,4 раза до 22 Мбит/с. В Москве скорость удвоилась, а в Санкт-Петербурге утроилась.

СКОРОСТЬ ДОСТУПА В СЕТЬ ПО ТАРИФАМ СТОИМОСТЬЮ 500-600 РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ

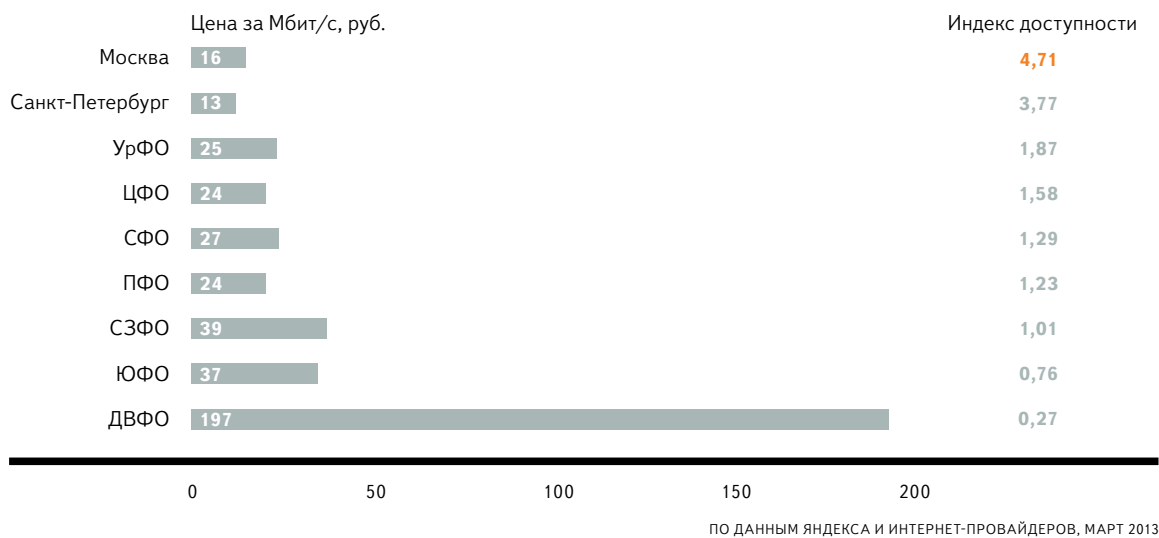


ПО ДАННЫМ ЯНДЕКСА И ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕРОВ, МАРТ 2013

Самый дешёвый интернет (в пересчёте на 1 Мбит/с) — в Санкт-Петербурге, а самый дорогой — на Дальнем Востоке.

Доступность интернета зависит не только от стоимости интернета, но и от уровня доходов в регионе. По индексу доступности — то есть соотношению средней зарплаты и стоимости доступа¹ — лидирует Москва. По-прежнему сильно отстает Дальний Восток — в 2013 году регион занял последнее место. Тратя на интернет ту же часть зарплаты, что и москвич, житель ДВФО получает скорость в 18 раз ниже.

СТОИМОСТЬ ДОСТУПА В СЕТЬ И ИНДЕКС ДОСТУПНОСТИ

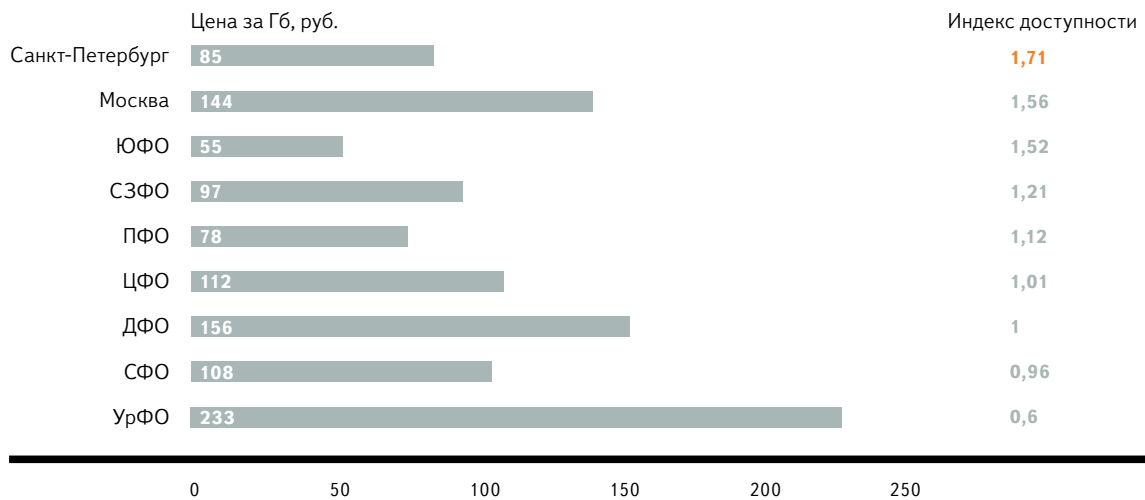


¹ ИНДЕКС ДОСТУПНОСТИ ПОКАЗЫВАЕТ, НАСКОЛЬКО ОТЛИЧАЕТСЯ СКОРОСТЬ ИНТЕРНЕТА У ЖИТЕЛЯ ОКРУГА И СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКОГО РОССИЯНИНА — ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО ОНИ ТРАТЯТ НА ИНТЕРНЕТ ОДНУ И ТУ ЖЕ ЧАСТЬ СВОЕЙ ЗАРПЛАТЫ. НАПРИМЕР, ПЕТЕРБУРЖЕЦ, ТРАТЯ НА ИНТЕРНЕТ 3% ОТ СВОЕЙ ЗАРПЛАТЫ, ПОЛУЧАЕТ СКОРОСТЬ В 3,77 РАЗА ВЫШЕ, ЧЕМ СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКИЙ РОССИЯНИН, ТРАТЯЩИЙ НА ИНТЕРНЕТ ТЕ ЖЕ САМЫЕ 3%. ИСТОЧНИК ДАННЫХ О ЗАРПЛАТЕ — РОССТАТ, ДЕКАБРЬ 2012 Г.

МОБИЛЬНЫЙ ДОСТУП

Самая низкая стоимость мобильного доступа к интернету¹ — в Южном федеральном округе, наибольший индекс доступности² — в Санкт-Петербурге. По обоим показателям сильно отстает Урал. Тратя на мобильный доступ такую же часть своей зарплаты, что и среднестатистический россиянин, житель УрФО может скачать без ограничений скорости на 40% меньше данных.

ЦЕНА И ДОСТУПНОСТЬ МОБИЛЬНОГО ДОСТУПА К ИНТЕРНЕТУ



ПО ДАННЫМ ЯНДЕКСА И СОТОВЫХ ОПЕРАТОРОВ, МАРТ 2013

1 УЧИТЫВАЛИСЬ ТОЛЬКО ТАРИФЫ ДЛЯ ТЕЛЕФОНОВ (БЕЗ ПЛАНШЕТОВ И КОМПЬЮТЕРОВ). СТОИМОСТЬ МОБИЛЬНОГО ДОСТУПА К ИНТЕРНЕТУ РАССЧИТЫВАЛАСЬ КАК СРЕДНЯЯ ЦЕНА ГИГАБАЙТА ПРЕДОПЛАЧЕННОГО ТРАФИКА (ОБЪЕМА ДАННЫХ, ДОСТУПНОГО ДЛЯ СКАЧИВАНИЯ БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЯ СКОРОСТИ) В ТАРИФАХ С МИНИМАЛЬНОЙ СТОИМОСТЬЮ ГИГАБАЙТА ДАННЫХ.

2 ИНДЕКС ДОСТУПНОСТИ МОБИЛЬНОГО ДОСТУПА К ИНТЕРНЕТУ ПОКАЗЫВАЕТ, НАСКОЛЬКО ОТЛИЧАЕТСЯ ДОСТУПНЫЙ ОБЪЕМ ТРАФИКА У ЖИТЕЛЯ ОКРУГА И СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКОГО РОССИЯНИНА — ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО ОНИ ТРАТЯТ НА ИНТЕРНЕТ ОДНУ И ТУ ЖЕ ЧАСТЬ СВОЕЙ ЗАРПЛАТЫ. НАПРИМЕР, МОСКВИЧ, ТРАТЯ НА МОБИЛЬНЫЙ ДОСТУП 3% ОТ СВОЕЙ ЗАРПЛАТЫ, ПОЛУЧАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ СКАЧАТЬ БЕЗ ВСЯКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ НА 56% БОЛЬШЕ ДАННЫХ, ЧЕМ СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКИЙ РОССИЯНИН, ТРАТЯЩИЙ ТЕ ЖЕ САМЫЕ 3%. ИСТОЧНИК ДАННЫХ О ЗАРПЛАТЕ — РОССТАТ, ДЕКАБРЬ 2012 Г.

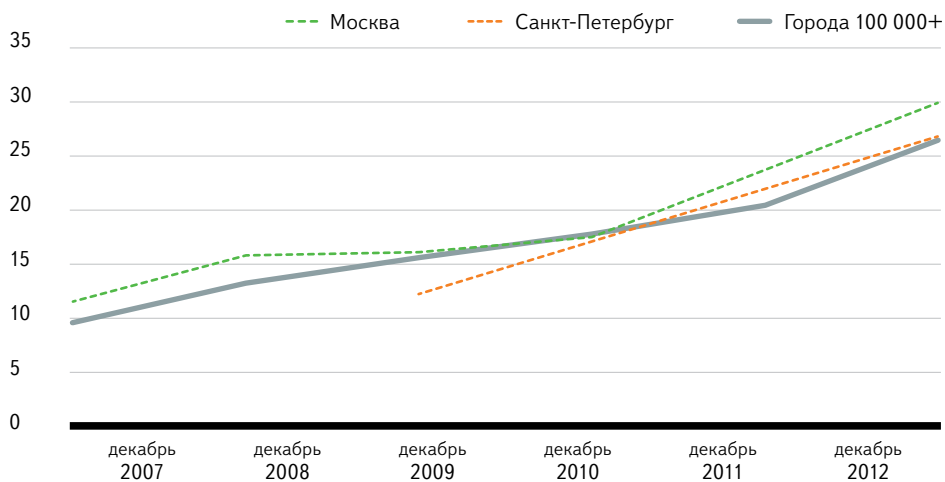
ИНТЕРНЕТ С МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

АУДИТОРИЯ

По данным TNS, в декабре 2012 года различными мобильными устройствами (телефоны, смартфоны, планшетные компьютеры) для выхода в сеть воспользовались около 16,7 млн жителей крупных российских городов¹. Это почти 27% всего населения этих городов.

За последний год аудитория мобильного интернета² выросла на 35%. (Для сравнения: вся аудитория интернета за то же время увеличилась только на 12%.) Наибольший рост показали Приволжский и Северо-Западный федеральные округа — аудитория увеличилась на 60% и 53% соответственно. Из общей картины выбивается только Дальний Восток — здесь аудитория уменьшилась на 4%.

ПРОНИКНОВЕНИЕ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА В КРУПНЫХ ГОРОДАХ РОССИИ, %



ПО ДАННЫМ TNS, ДЕКАБРЬ 2012

¹ В ДАННЫХ TNS УЧТЕНЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ СТАРШЕ 12 ЛЕТ, ПРОЖИВАЮЩИЕ В ГОРОДАХ С НАСЕЛЕНИЕМ СВЫШЕ 100 ТЫСЯЧ ЧЕЛОВЕК.

² ЗДЕСЬ И ДАЛЕЕ ТЕРМИН МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ ОЗНАЧАЕТ ВЫХОД В СЕТЬ С МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ.

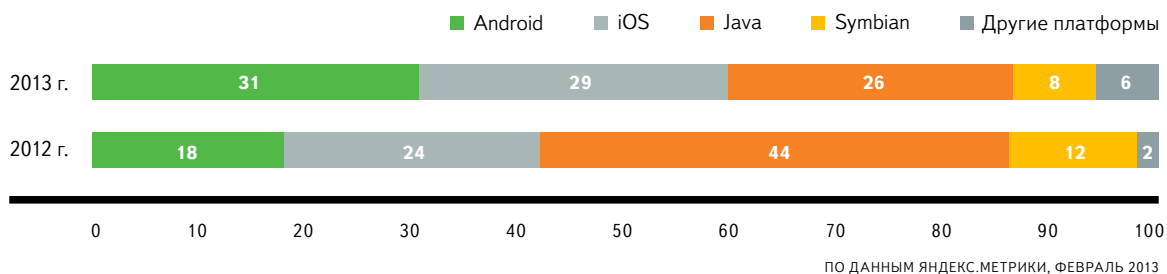
Проникновение мобильного интернета также растет быстрее проникновения интернета в целом — рост за год составил 6 п.п. (годом ранее — 3 п.п.). Интересно, что по этому показателю регионы практически не отстают от столиц.

УСТРОЙСТВА

По данным TNS на январь 2013 года, большинство пользователей мобильного интернета (49%) выходят в сеть с помощью смартфонов¹. Год назад лидировали обычные сотовые телефоны. В этом году их доля сократилась в полтора раза и составила 34%. Доля планшетов, наоборот, выросла — с 6% до 16%.

Распределение мобильных устройств по платформам тоже изменилось. По данным Яндекс.Метрики на февраль 2013 года, на долю Android и iOS приходится около 60% мобильных устройств для выхода в сеть (год назад было 42%). Резко сократилось количество телефонов на Java и Symbian.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА ПО ОТДЕЛЬНЫМ ПЛАТФОРМАМ*, %



* ПОСЧИТАНЫ ВСЕ МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА, С КОТОРЫХ В ФЕВРАЛЕ 2012 И ФЕВРАЛЕ 2013 ГОДА БЫЛИ ЗАРЕГИСТРИРОВАНЫ ПОСЕЩЕНИЯ САЙТОВ СО СЧЁТЧИКАМИ ЯНДЕКС.МЕТРИКИ.

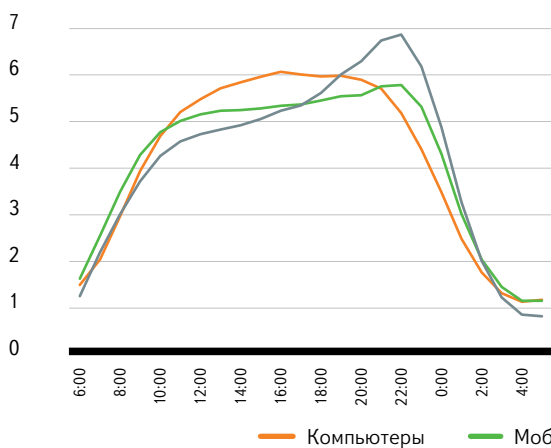
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Люди чаще пользуются интернетом днём, с 10 утра до 10 вечера — и на обычных компьютерах, и на мобильных устройствах. Различается только время наибольшей активности. У пользователей компьютеров пик приходится на послеобеденное рабочее время, около 16:00, а с мобильных телефонов и планшетов в интернет больше всего выходят после ужина, в районе 21–22 часов.

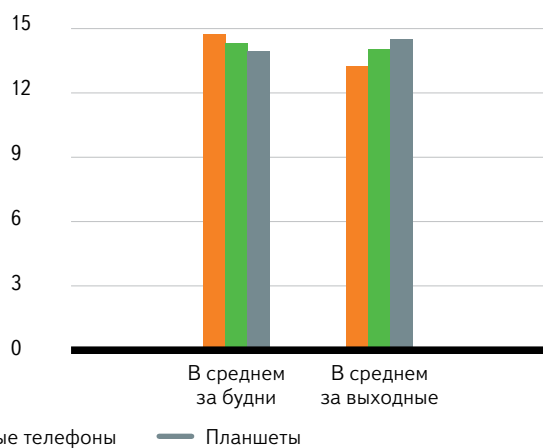
Активность пользования интернетом с компьютеров в выходные дни падает. С мобильных телефонов — снижение активности в выходные почти не происходит, а с планшетов на выходных в интернет выходят даже чаще, чем в будни.

АКТИВНОСТЬ ВЫХОДА В ИНТЕРНЕТ С РАЗНЫХ УСТРОЙСТВ

Доля от всех пользователей за сутки, %



Доля от всех пользователей за неделю, %



ПО ДАННЫМ ЯНДЕКС.МЕТРИКИ, ФЕВРАЛЬ 2013

ДОМЕНЫ

По данным ТЦИ, в 2012 году число доменных имён второго уровня в зонах .RU и .РФ выросло на 15% — до 5,1 млн. 85% доменов в этих зонах приходится на домен .RU. По итогам года он опустился с четвёртого на шестое место в рейтинге национальных доменов мира.

Около 40% доменных имён зарегистрированы жителями двух столиц.

ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕГИОНОВ

Развитие интернета в регионах оценивалось по двум группам показателей. Показатели первой группы характеризуют уровень распространения интернета, второй — активность пользователей.

Все показатели были рассчитаны отдельно для Москвы и Санкт-Петербурга, для семи федеральных округов (Центральный федеральный округ учитывался без Москвы, а Северо-Западный без Санкт-Петербурга) и для всей России без двух столиц. Южный федеральный округ оценивался вместе с Северо-Кавказским.

ПОКАЗАТЕЛИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНТЕРНЕТА

Проникновение интернета — отношение месячной аудитории интернета в регионе к населению региона (для жителей старше 18 лет, по данным ФОМ на осень 2012 года).

Проникновение мобильного интернета — отношение месячной аудитории мобильного интернета (то есть пользователей, выходящих в сеть с телефонов, смартфонов и планшетных компьютеров) в регионе к населению региона (для жителей старше 12 лет, проживающих в городах с населением свыше 100 тысяч человек; по данным TNS на декабрь 2012 года).

Напрямую сравнивать показатели проникновения интернета и проникновения мобильного интернета нельзя, так как первый показатель рассчитан для совершеннолетних жителей России, а второй — для жителей старше 12 лет, проживающих в крупных городах.

Стоимость фиксированного доступа к интернету — средняя цена за Мбит/с в крупнейших городах округа (по данным региональных провайдеров на март 2013 года).

Стоимость мобильного доступа к интернету¹ — средняя цена за Гб трафика в крупнейших городах округа (по данным сотовых операторов на март 2013 года).

Число доменов на тысячу пользователей — отношение числа доменных имён второго уровня в зонах .RU и .РФ, зарегистрированных в регионе, к месячной аудитории интернета в регионе (по данным ТЦИ на январь 2013 года).

¹ НОВЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ. ДАННЫХ ЗА ПРЕДЫДУЩИЙ ГОД НЕТ, ПОЭТОМУ НЕВОЗМОЖНО СРАВНИТЬ ПОКАЗАТЕЛЬ С ПРОШЛОГОДНИМ.

ПОКАЗАТЕЛИ АКТИВНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Активность интернет-СМИ — отношение среднего числа новостей, публикуемых онлайн-СМИ региона в будний день, к общему числу СМИ данного региона (по данным Яндекс.Новостей на январь–февраль 2013 года).

Развитие региональных ресурсов¹ — отношение числа новых сайтов в Яндекс.Каталоге к месячной аудитории региона (по данным Яндекс.Каталога на февраль 2013 года).

Доля бизнес-сайтов — отношение количества сайтов бизнес-тематики к общему количеству сайтов в Яндекс.Каталоге (по данным Яндекс.Каталога на февраль 2013 года).

Присутствие организаций в интернете — отношение числа организаций с сайтом к общему количеству организаций в регионе (по данным Яндекс.Справочника на февраль 2013 года).

Охват социальных сетей² — отношение совокупной месячной аудитории трёх крупнейших социальных сетей рунета (ВКонтакте, Одноклассники и Мой мир@mail.ru) в регионе к месячной аудитории интернета в регионе (по данным TNS на декабрь 2012 года).

¹ В ЯНДЕКС.КАТАЛОГ ОТБИРАЮТСЯ НЕ ВСЕ САЙТЫ, А ТОЛЬКО ТЕ, КОТОРЫЕ УДОВЛЕТВОРЯЮТ ОПРЕДЕЛЁННЫМ УСЛОВИЯМ — ЕДИНЫМ ДЛЯ ВСЕХ РЕГИОНОВ. ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЭТОТ И СЛЕДУЮЩИЙ ПОКАЗАТЕЛИ ХАРАКТЕРИЗУЮТ ЧИСЛО И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО РУБРИКАМ КАЧЕСТВЕННЫХ САЙТОВ В РАЗНЫХ РЕГИОНАХ РОССИИ. В ЭТОМ ГОДУ МЕТОДИКА РАСЧЁТА РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ИЗМЕНИЛАСЬ, ПОЭТОМУ ЗНАЧЕНИЕ ЭТОГО ПОКАЗАТЕЛЯ НЕКОРРЕКТНО СРАВНИВАТЬ С ПРОШЛОГОДНИМ.

² В ЭТОМ ГОДУ TNS ИЗМЕНИЛ МЕТОДИКУ ПОДСЧЁТА АУДИТОРИИ ВКОНТАКТЕ, ПОЭТОМУ ЗНАЧЕНИЕ ЭТОГО ПОКАЗАТЕЛЯ НЕКОРРЕКТНО СРАВНИВАТЬ С ПРОШЛОГОДНИМ.

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

(без учёта Москвы, но с учётом Московской области)

В 2012 году ЦФО занял второе место после Урала по темпам роста интернет-аудитории и достиг среднего по округам уровня проникновения интернета. Как и в предыдущие годы, в ЦФО сохраняются самые низкие цены на интернет. Центр лидирует по количеству доменов на 1000 пользователей и присутствию организаций в интернете, но отстаёт по активности интернет-СМИ и темпам проникновения мобильного интернета.

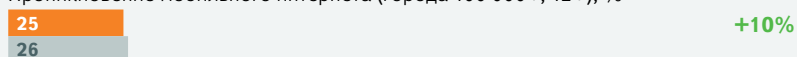
РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА

Изменение за год

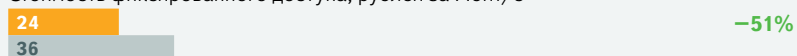
Проникновение интернета (города и сёла, 18+), %



Проникновение мобильного интернета (города 100 000+, 12+), %



Стоимость фиксированного доступа, рублей за Мбит/с



Стоимость мобильного доступа, рублей за Гб трафика

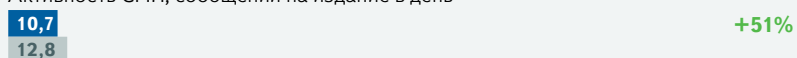


Число доменов на 1000 пользователей

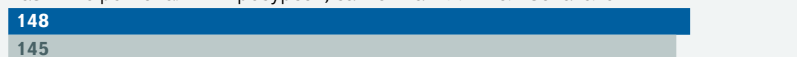


АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

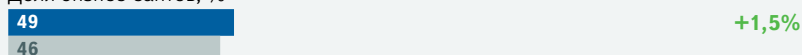
Активность СМИ, сообщений на издание в день



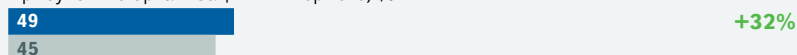
Развитие региональных ресурсов, сайтов на 1 млн пользователей



Доля бизнес-сайтов, %



Присутствие организаций в интернете, %



Охват социальных сетей, %



Среднее по России без Москвы и Санкт-Петербурга

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

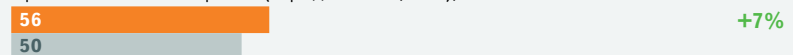
(без учёта Санкт-Петербурга, но с учётом Ленинградской области)

Несмотря на невысокие темпы прироста интернет-аудитории, СЗФО продолжает лидировать по проникновению интернета. Кроме того, Северо-Запад занимает второе место по темпам роста мобильной интернет-аудитории (первое место у Приволжья). По присутствию организаций в интернете, доле бизнес-сайтов и охвату социальных сетей СЗФО занимает последнее место.

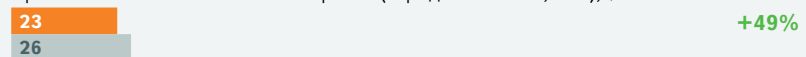
РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА

Изменение за год

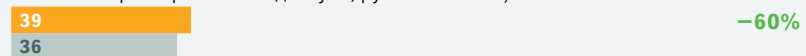
Проникновение интернета (города и сёла, 18+), %



Проникновение мобильного интернета (города 100 000+, 12+), %



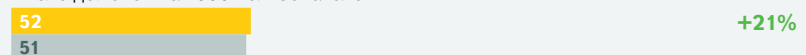
Стоимость фиксированного доступа, рублей за Мбит/с



Стоимость мобильного доступа, рублей за Гб трафика

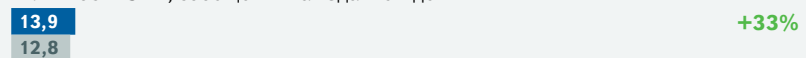


Число доменов на 1000 пользователей

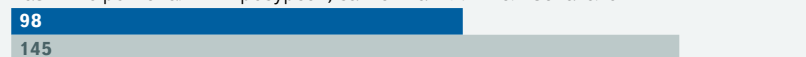


АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

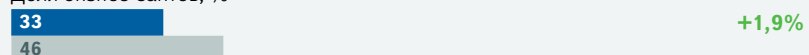
Активность СМИ, сообщений на издание в день



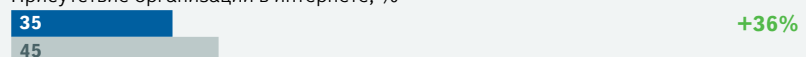
Развитие региональных ресурсов, сайтов на 1 млн пользователей



Доля бизнес-сайтов, %



Присутствие организаций в интернете, %



Охват социальных сетей, %



Среднее по России без Москвы и Санкт-Петербурга

ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

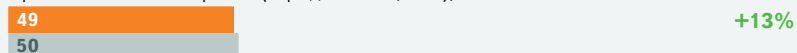
(оценивался вместе с Северо-Кавказским)

В 2012 году ЮФО разделил с Дальним Востоком первое место по охвату социальных сетей, а также занял второе после него место по проникновению мобильного интернета. Мобильный интернет в ЮФО самый дешевый и доступный среди всех округов. Как и в предыдущем году, ЮФО занял последнее место по количеству доменов на 1000 пользователей.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА

Изменение за год

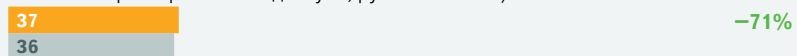
Проникновение интернета (города и сёла, 18+), %



Проникновение мобильного интернета (города 100 000+, 12+), %



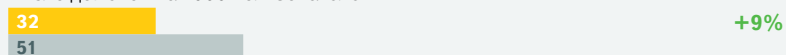
Стоимость фиксированного доступа, рублей за Мбит/с



Стоимость мобильного доступа, рублей за Гб трафика

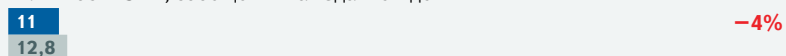


Число доменов на 1000 пользователей

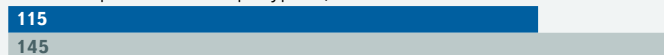


АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

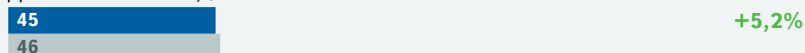
Активность СМИ, сообщений на издание в день



Развитие региональных ресурсов, сайтов на 1 млн пользователей



Доля бизнес-сайтов, %



Присутствие организаций в интернете, %



Охват социальных сетей, %



Среднее по России без Москвы и Санкт-Петербурга

ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Несмотря на то, что стоимость доступа в сеть в ПФО одна из самых низких по России (столько же только в ЦФО), Приволжье находится на последнем месте по уровню проникновения интернета. В 2012 году Приволжье лидировало по темпам роста мобильной интернет-аудитории и по росту числа доменов на 1000 пользователей.

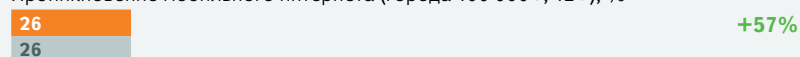
РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА

Изменение за год

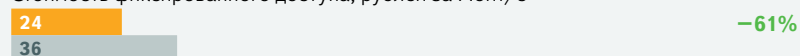
Проникновение интернета (города и сёла, 18+), %



Проникновение мобильного интернета (города 100 000+, 12+), %



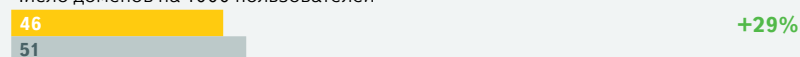
Стоимость фиксированного доступа, рублей за Мбит/с



Стоимость мобильного доступа, рублей за Гб трафика

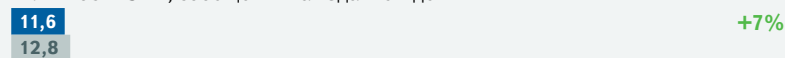


Число доменов на 1000 пользователей



АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

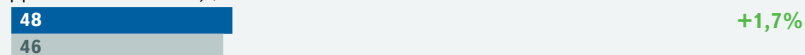
Активность СМИ, сообщений на издание в день



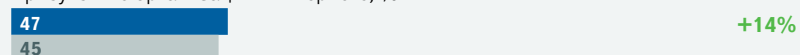
Развитие региональных ресурсов, сайтов на 1 млн пользователей



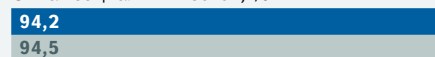
Доля бизнес-сайтов, %



Присутствие организаций в интернете, %



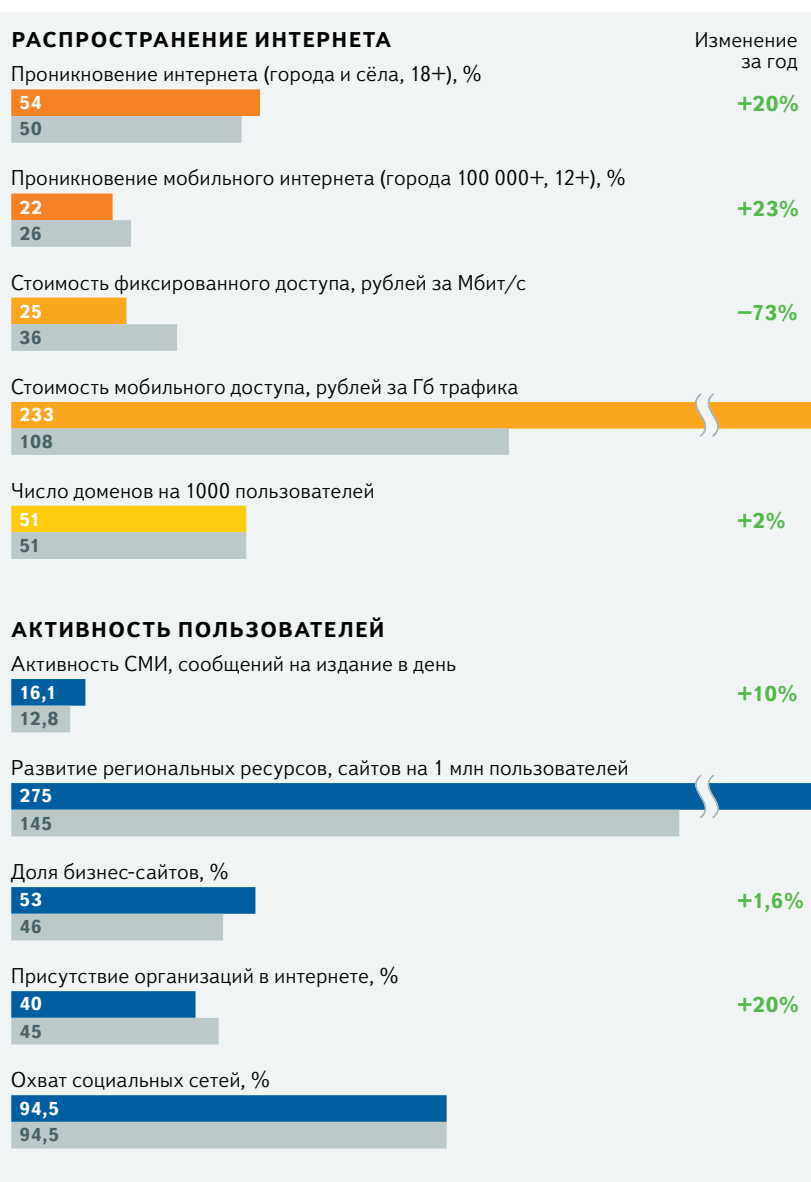
Охват социальных сетей, %



Среднее по России без Москвы и Санкт-Петербурга

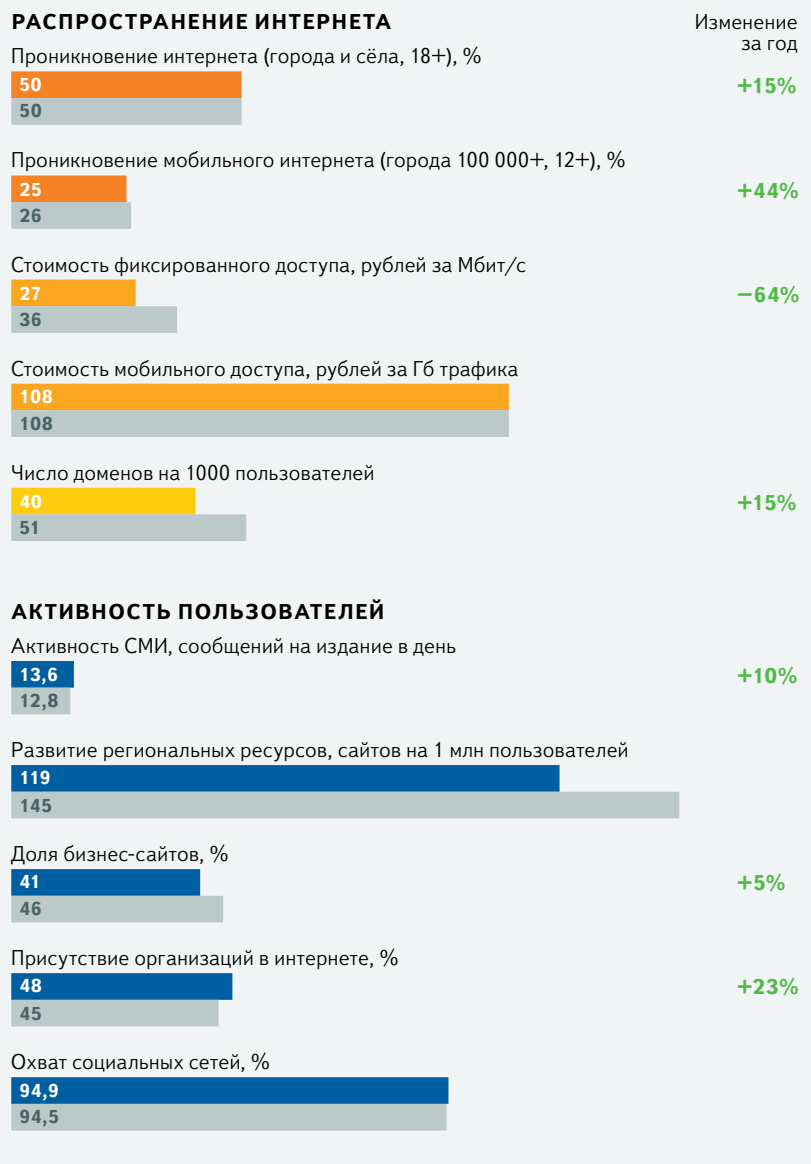
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

В 2012 году УрФО занял первое место по темпам роста проникновения и доступности интернета, а также второе по проникновению. УрФО продолжает лидировать по развитию региональных ресурсов и доле бизнес-сайтов. Несмотря на высокий общий уровень развития интернета, Урал на последнем месте по проникновению, стоимости и доступности мобильного интернета, а также по темпам роста числа доменов.



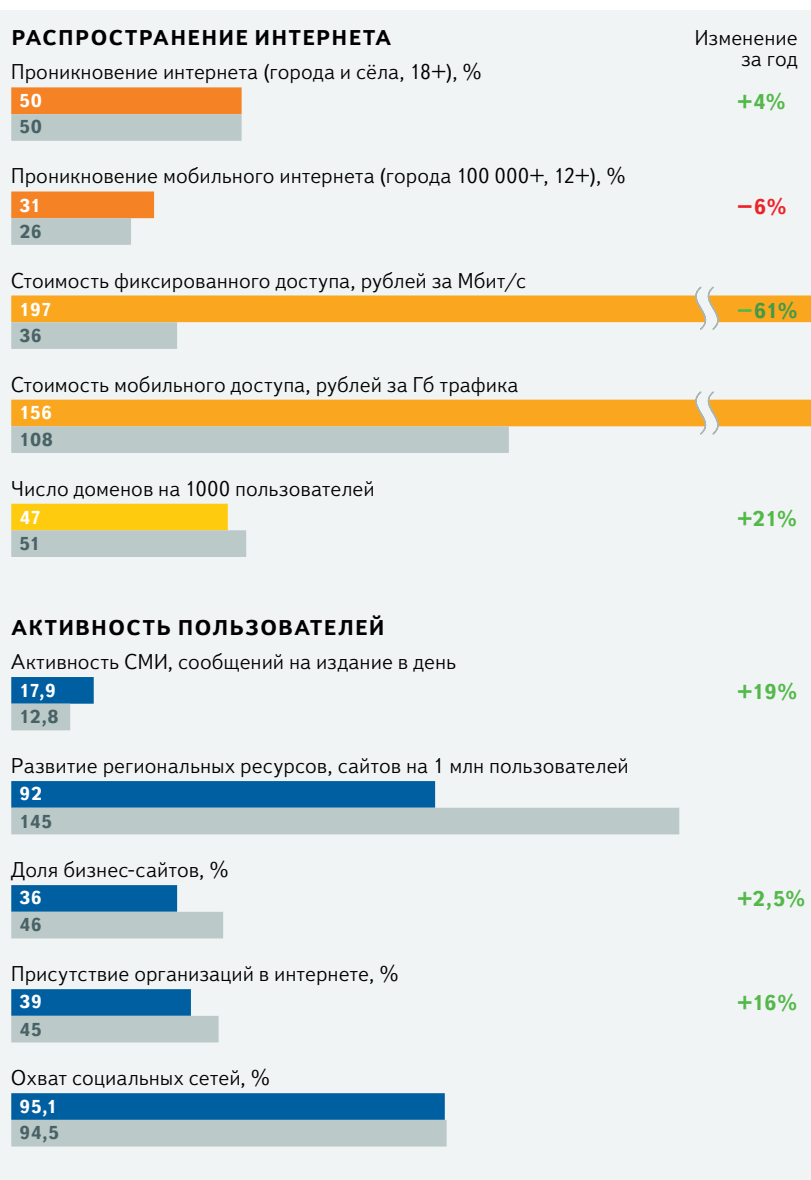
СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

В 2012 году СФО сократил отставание от среднего уровня проникновения интернета в целом и проникновения мобильного интернета в частности. СФО занимает второе место по присутствию организаций в интернете и третье по охвату социальных сетей, но отстаёт по числу доменов на 1000 пользователей.



ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

В 2012 году ДФО продемонстрировал самые низкие темпы роста интернет-аудитории и уменьшение аудитории мобильного интернета. Даже с учетом снижения стоимости доступа в сеть на 61%, в ДФО по-прежнему сохраняются самые высокие цены на интернет и самая низкая доступность. Несмотря на это, Дальний Восток всё ещё лидирует по проникновению мобильного интернета. Также ДФО лидирует по активности интернет-СМИ и делит с ЮФО первое место по охвату социальных сетей, но отстает по развитию региональных ресурсов.



МОСКВА И САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Несмотря на значительное снижение темпов роста проникновения интернета, Москва и Санкт-Петербург по-прежнему обгоняют регионы по всем показателям распространения интернета и по большинству показателей активности пользователей. Доступность как обычного, так и мобильного интернета в столицах значительно выше, чем в регионах. Отставание Москвы по охвату социальных сетей может объясняться тем, что при расчёте этого показателя не учитывалась популярная в столице сеть Facebook¹. Снижение числа доменов на 1000 пользователей в Москве говорит о том, что рост числа доменов отстаёт от роста интернет-аудитории столицы.

¹ В РЕГУЛЯРНОМ ИССЛЕДОВАНИИ TNS WEB INDEX НЕТ ДАННЫХ ОБ АУДИТОРИИ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK.

МОСКВА И САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА



АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



- Москва
- Санкт-Петербург
- Среднее по России без Москвы и Санкт-Петербурга

ОСНОВНЫЕ ЦИФРЫ И ФАКТЫ

По данным ФОМ на осень 2012 года, месячная аудитория интернета в России составляет 61,2 млн человек старше 18 лет — это более 52% всего совершеннолетнего населения страны. Три четверти из них (47 млн человек) выходят в сеть ежедневно.

По данным TNS на январь 2013 года, 94% пользователей из крупных городов имеют возможность выходить в сеть из дома. Почти три четверти из них (74%) используют широкополосный доступ.

Рост интернет-аудитории замедляется — с осени 2011 по осень 2012 она увеличилась на 12%, а год назад рост составлял 17%.

В 2012 году аудитория по-прежнему росла в основном за счет регионов — 86% новых пользователей живут за пределами двух столиц. Это чуть меньше, чем в предыдущие годы — тогда на регионы приходилось более 90% новой аудитории.

По данным ФОМ на осень 2012 года, проникновение интернета за год выросло на 5 процентных пунктов и составило 52%. Наибольший вклад в рост этого показателя внесли города с населением менее 100 тысяч человек. В столицах проникновение практически перестало увеличиваться, остановившись в районе 70%.

По данным TNS на декабрь 2012 года, за год аудитория мобильного интернета в крупных российских городах выросла на 35% и составила 16,7 млн. Это почти 27% всего населения этих городов.

Большинство пользователей мобильного интернета (49%) выходят в сеть с помощью смартфонов. За 2012 год доля обычных сотовых телефонов сократилась в полтора раза и составила 34%. Доля планшетов, наоборот, выросла — с 6% до 16%.

По данным Яндекс.Метрики, на долю Android и iOS приходится около 60% мобильных устройств, с помощью которых выходят в интернет (год назад было 42%).

За прошедший год скорость фиксированного широкополосного доступа к интернету значительно выросла, а его цена снизилась в 3 раза до 36 рублей за 1 Мбит/с. В регионах среди тарифов за 500-600 рублей скорость доступа в сеть выросла в 4,4 раза до 22 Мбит/с.

Самый дешевый интернет — в Санкт-Петербурге, а наиболее доступный — в Москве. Самый дорогой и наименее доступный интернет — на Дальнем Востоке.

Самая низкая стоимость мобильного доступа к интернету — в Южном федеральном округе, наибольший индекс доступности — в Санкт-Петербурге. По обоим показателям сильно отстает Урал.

По данным ТЦИ, в 2012 году число доменных имён второго уровня в зонах .RU и .РФ выросло на 15% — до 5,1 млн. Около 40% из них располагается в столицах.

ПРИЛОЖЕНИЕ. СРАВНЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА ПО ОКРУГАМ

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА

Федеральные округа	Проникновение интернета, %	Проникновение мобильного интернета, %	Стоимость фиксированного доступа в интернет, рублей за Мбит/с	Индекс доступности интернета	Стоимость мобильного доступа в интернет, рублей за Гб трафика	Индекс доступности мобильного доступа к интернету	Число доменов на 1000 пользователей
Центральный (без Москвы)	50	25	24	1,58	112	1,01	78
Северо-Западный (без Санкт-Петербурга)	56	23	39	1,01	97	1,21	52
Южный	49	29	37	0,76	55	1,52	32
Приволжский	48	26	24	1,23	78	1,12	46
Уральский	54	22	25	1,87	233	0,6	51
Сибирский	50	25	27	1,29	108	0,96	40
Дальневосточный	50	31	197	0,27	156	1	47
В среднем по России без двух столиц	50	26	36	1	108	1	51
Москва	70	30	16	4,71	144	1,56	201
Санкт-Петербург	71	27	13	3,77	85	1,71	125

АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Федеральные округа	Активность СМИ, сообщений на издание в день	Присутствие организаций в интернете, %	Развитие региональных ресурсов, сайтов на 1 млн пользователей	Доля бизнес-сайтов, %	Охват социальных сетей, %
Центральный (без Москвы)	10,7	49	148	49	94,8
Северо-Западный (без Санкт-Петербурга)	13,9	35	98	33	90,7
Южный	11	43	115	45	95,1
Приволжский	11,6	47	151	48	94,2
Уральский	16,1	40	275	53	94,5
Сибирский	13,6	48	119	41	94,9
Дальневосточный	17,9	39	92	36	95,1
В среднем по России без двух столиц	12,8	45	145	46	94,5
Москва	14,3	74	667	43	91,1
Санкт-Петербург	16,6	77	597	45	95

