Actis Systems *Asia*

e-business solution provider

Портрет аудитории Интернета в Казахстане

Обобщенные результаты широкомасштабного исследования состояния и перспектив развития Интернета в Казахстане

Александр Родионов

Январь 2002 г.

©2000-2002 Actis Systems Asia

Методы сбора информации

Уникальность настоящего исследования по изучению аудитории Интернета и ее поведения заключается в том, что в в Казахстане оно проводится уже на регулярной основе и его результатами смог воспользоваться широкий круг лиц от государственных учреждений до структур бизнеса и неправительственных организаций.

При этом традиционным методом интервью Агентством социологических и маркетинговых исследований 'BRIF CENTRAL ASIA' опрашивались взрослые респонденты (старше 18 лет) по месту жительства в крупнейших городах страны (в формате оф-лайн) – октябрь 2000 г. И апрель 2001 г., а опрос посетителей Интернета (15 лет и старше) проходил непосредственно в Интернете методом интерактивного интервью (в формате он-лайн). При исследовании полученных данных использовались одни и те же категории и методы анализа данных.

Таким образом, полученные результаты исследований дают наиболее объективное на сегодняшний день представление об аудитории пользователей Интернета и ее окружения в Казахстане.

Главные задачи

- Раскрытие информации по состоянию и перспективам развития Казахстанского Интернета будет способствовать привлечению инвестиций в этот сектор экономики.

- Полученные результаты позволят более обоснованно планировать действия в Казахстанской части Интернета.

- Грамотное понимание тенденций в будет способствовать вложению средств в наиболее приоритетные проекты, что позволит избегать распыления ресурсов.

Термины Аудитории

Ядро аудитории

Те, кто регулярно посещает Интернет и проводит там не менее трех часов в неделю либо ежедневно.

Активная аудитория

Те, кто регулярно посещает Интернет минимум раз в неделю.

Регулярная аудитория

Все посетители Интернета регулярно посещающие его хотя бы один раз в месяц.

Максимальная аудитория

Все посетители Интернета, включая тех, кто имел хотя бы единичный опыт посещения Интернета.

Аудитория Интернета

Ядро аудитории

1,6% ± 0,7% от взрослого населения [1]
или 60,7 ± 26,9 тыс. человек.

Активная аудитория

3,7% ± 1,1% от взрослого населения
или 138,9 ± 40,3 тыс. человек.

Регулярная аудитория

5,3% ± 1,3% от взрослого населения
или 200,2 ± 48,0 тыс. человек.

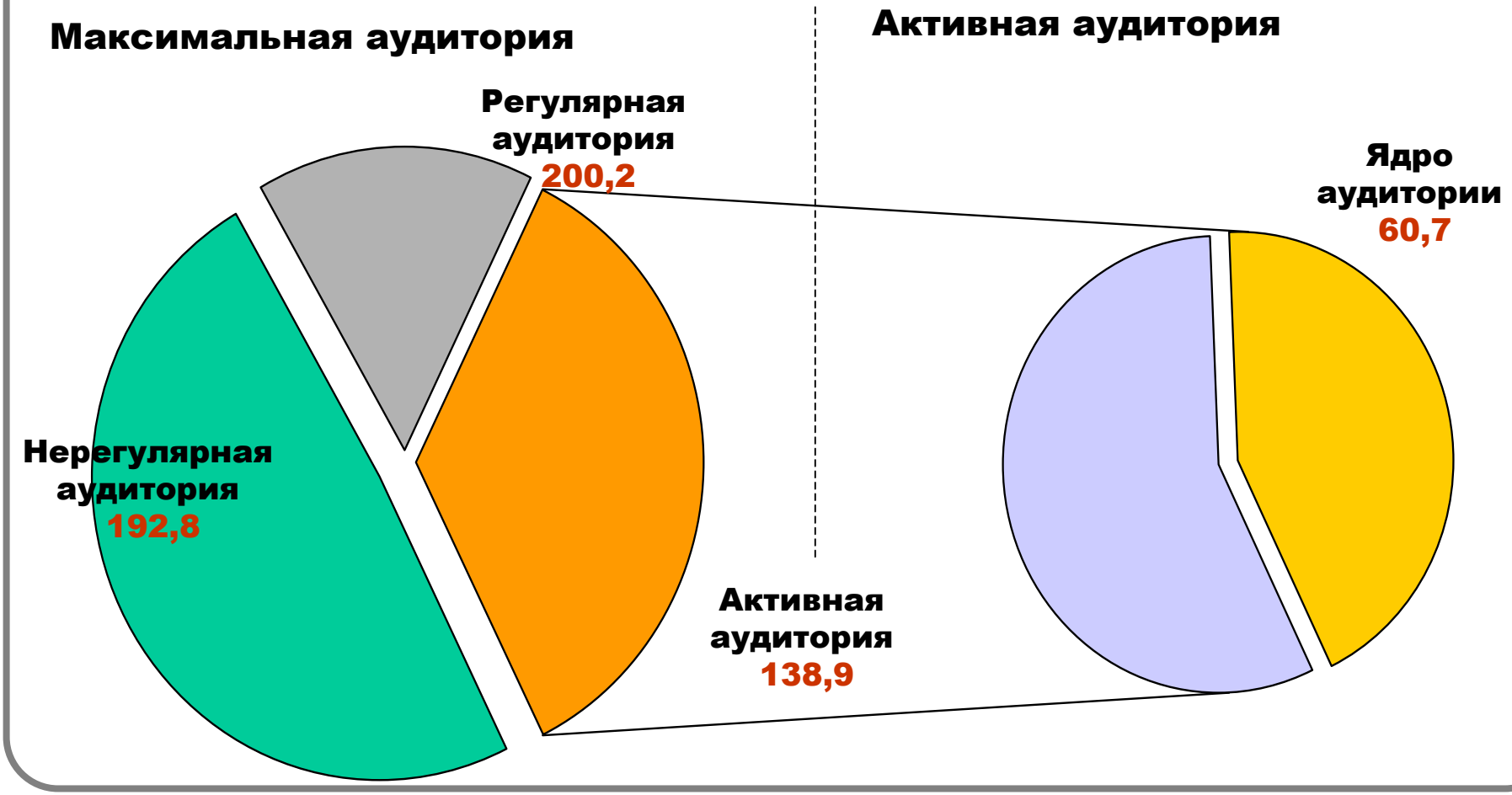
Максимальная аудитория

10,4% ± 1,7% от взрослого населения
или 393,0 ± 65,4 тыс. человек.

1 Взрослое население - Население крупных городов (с численностью населения более 100 000 человек) от 18 лет и старше.

Соотношение частей аудитории

Аудитория Интернета в Казахстане (взрослое население), тыс. чел.



Население крупных городов*

Взрослое население Казахстана крупных городов.

Население крупных городов (+ 100 000 человек) от 18 лет и старше.

3 791,5 тыс. жителей

(по данным Агентства Республики Казахстан по статистике на 1 апреля 2001 года все население страны составляло 14 482,6 тыс. чел)

Взрослое население вне зоны влияния Интернета

47,1% ± 2,8% от взрослых жителей

или 1 785,8 ± 107,1 тыс. человек

Взрослое население вне Интернета

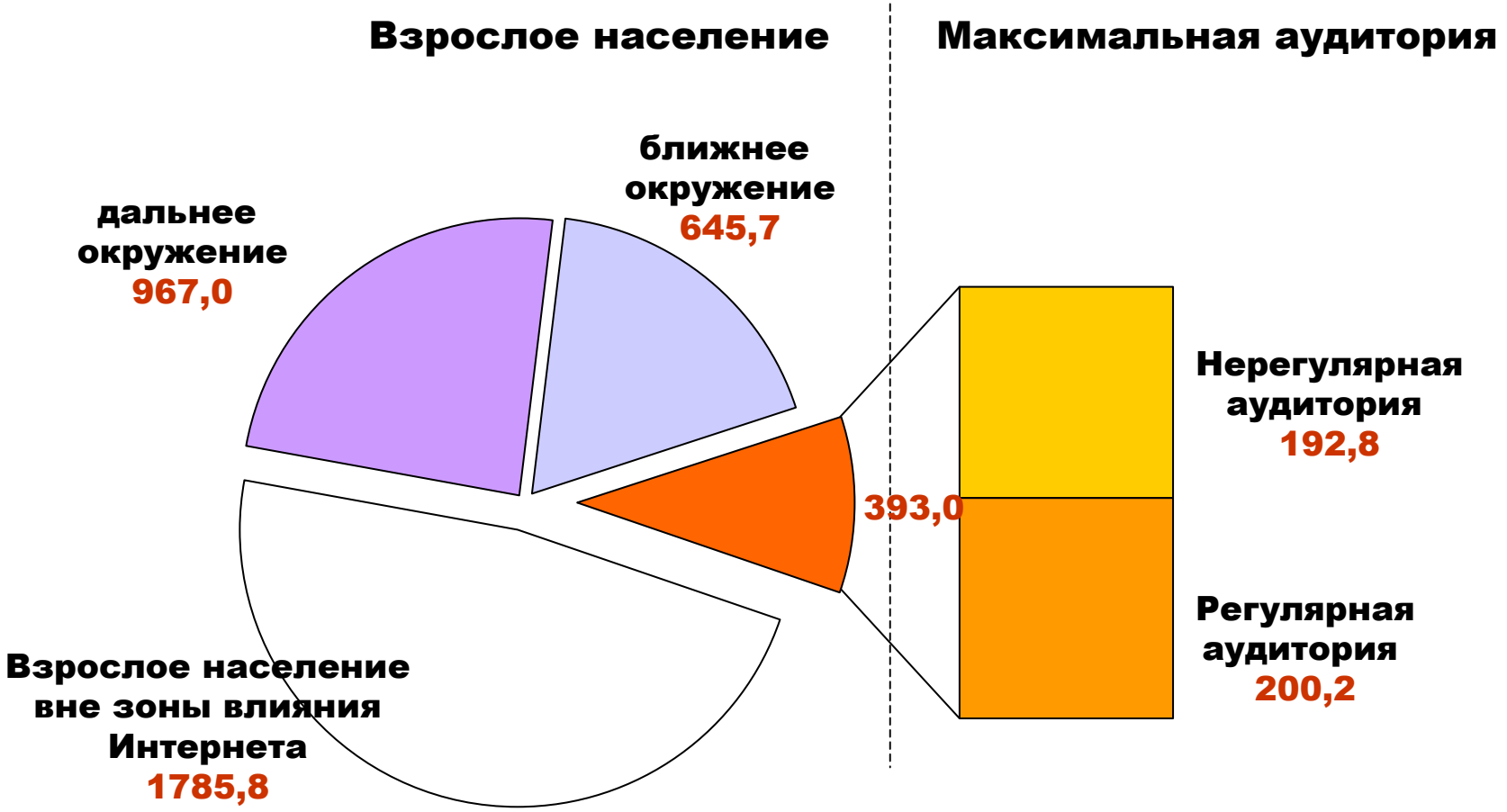
89,6% ± 1,7% от взрослого населения

или 3 398,5 ± 65,4 тыс. Человек

***по данным Агентства Республики Казахстан по статистике на 2000 год**

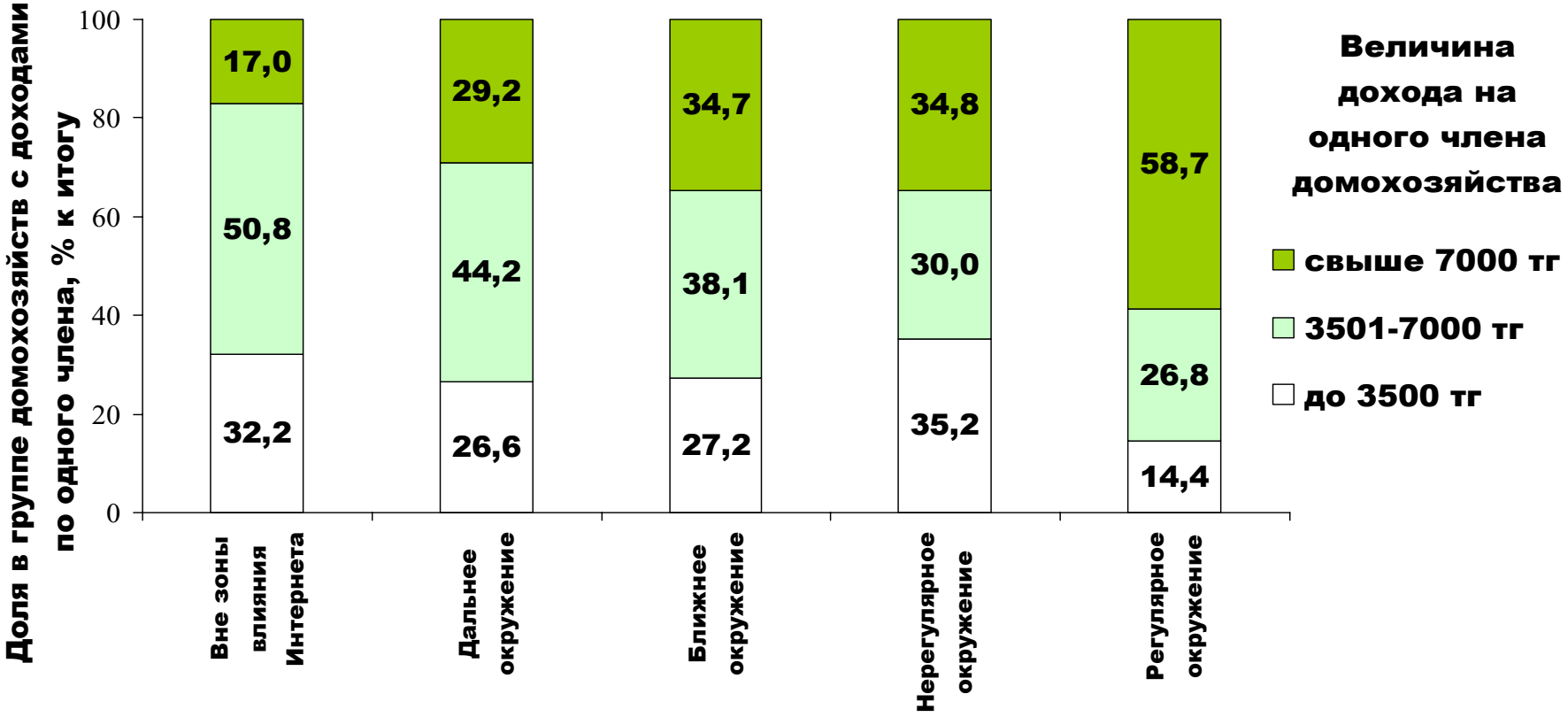
Аудитория и зона влияния

Зона коммуникативного влияния Интернета в Казахстане (тыс. чел.)



Уровень доходов

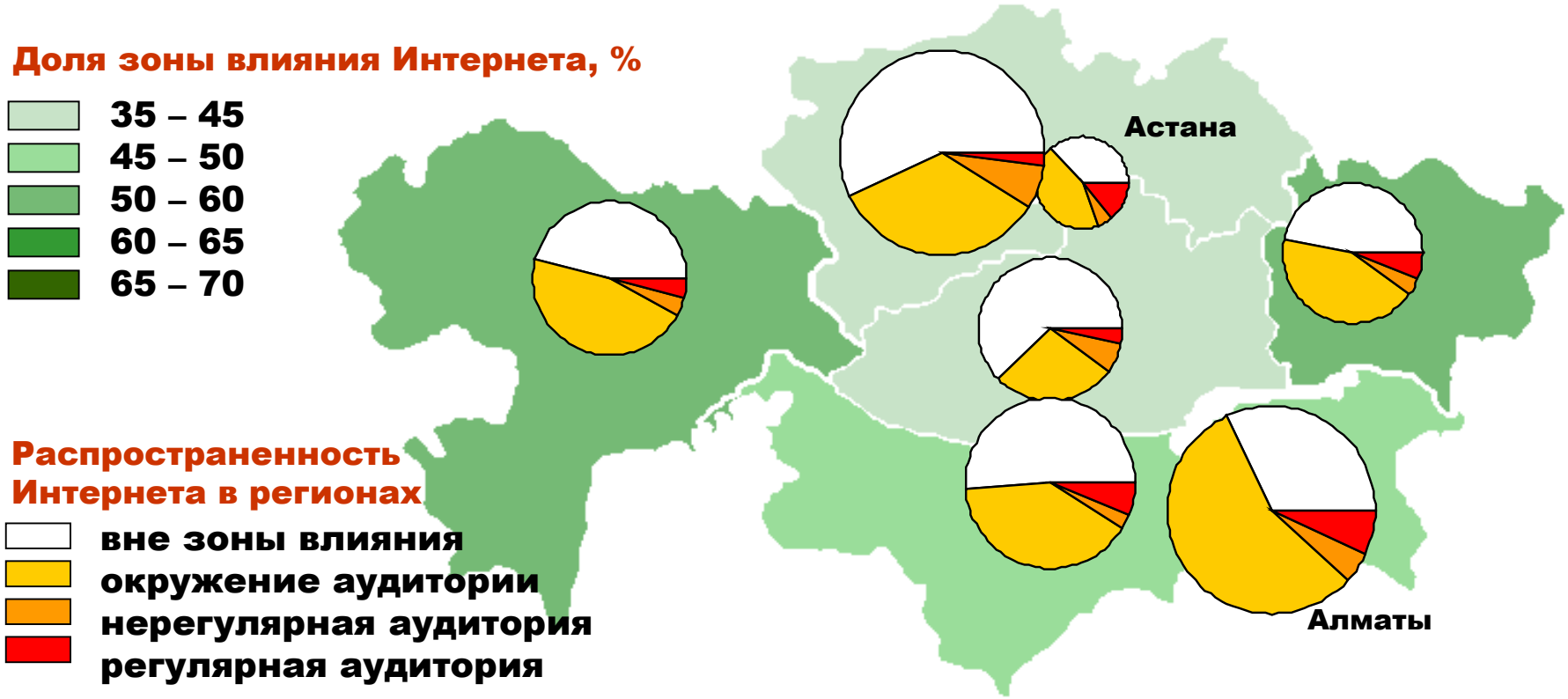
Состав аудитории Интернета и ее окружения по величине дохода на одного члена семьи



Доля посетителей с высоким доходом на одного члена семьи повышается с регулярностью и продолжительностью использования Интернета.

Распространенность Интернета в регионах

Распространенность Интернета в регионах Казахстана



Аудитория Интернета и ее коммуникативное окружение имеет максимальный вклад в население Алматы, Астаны и городов Западного и Восточного Казахстана.

Распределение Интернета в регионов

Распределение регулярной аудитории Интернета по регионам

В 2000 –
Алматы+Астана ~ 57 %

В 2001 –
Алматы+Астана ~ 38 %

Телефонизация и компьютеризация

Телефонизация населения крупных городов Казахстана (2000)

Наличие телефона	Все семьи	Максимальная аудитория	Дальнее окружение	Вне зоны влияния
Да	56,7	84,1	62,0	53,1
Нет	43,3	15,9	38,0	46,9

Сотовые телефоны имеется у 7,4% семей крупных городов, больше всего их в Астане (18,5%), Алматы (15,7%) и городах Западного Казахстана (8,2%).

Компьютеризация населения крупных городов Казахстана

Наличие компьютера	Все семьи	Максимальная аудитория	Дальнее окружение	Вне зоны влияния
Да	5,5	35,5	5,6	1,4
Нет	94,5	64,5	94,4	98,6

Только каждый восьмой пользователь Сети полагает, что отсутствие домашнего компьютера является препятствием для посещения Интернета.

Пластиковыми карточками, в основном дебетовыми, владеют более 20% жителей крупных городов Казахстана.

Динамика аудитории

Динамика численности регулярной аудитории

По данных ОАО «Казахтелекома» объем Интернет трафика ежемесячно увеличивается на 9%

Через несколько лет доля регулярной аудитории в нестоличных крупных городах достигнет удельного веса характерного для Алматы и Астаны, но далее рост будет ограничен состоянием городских телефонных линий

Интересы аудитории

Интересы активной аудитории Интернета

Пятерку наиболее интересных тем для личных целей образуют:

- **электронная почта,**
- **поисковые сервера и каталоги,**
- **новости,**
- **развлечения, а также**
- **программное обеспечение.**

В первую пятерку тем для деловых целей попадают:

- **программное обеспечение,**
- **электронная почта,**
- **поисковые сервера и каталоги,**
- **собственно бизнес, финансы, и**
- **справочная информация.**

Важнейшие сайты аудитории

Важные сервера активной аудитории Интернета

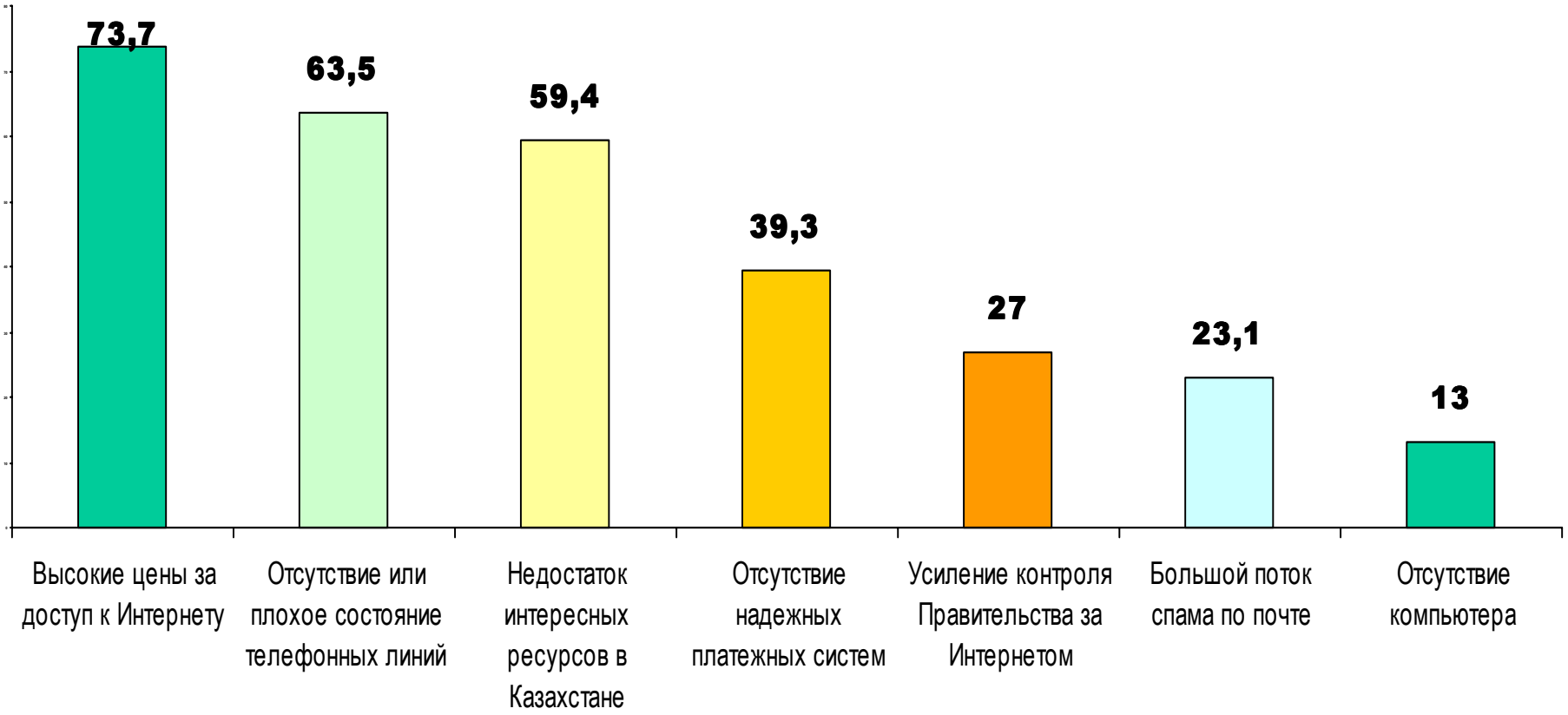
Важнейшими ресурсами в казахстанском Интернете большинство назвало:

- **портал Site.kz (77% респондентов),**
- **сервер юридической информации Zakon.kz (45%),**
- **поисковый портал All.kz (43%),**
- **оппозиционный информационный портал Eurasia.org.ru (34%), и**
- **официальный информационный портал Khabar.kz (33%).**

Другими важными сайтами были названы: Guide Park, Panorama, Net.kz, сервер Казахстанской фондовой биржи и ряд других ресурсов.

Проблемы аудитории

Проблемы активной аудитории в Казахстанском Интернете



Влияние Правительства в казахстанском Интернете или отсутствие компьютера не является важными проблемами для пользователей Сети.

Actis Systems *Asia*

e-business solution provider

Дополнительная информация

Вопросы - Ответы

? !

Александр Родионов

ar@actis.kz

+7 3272 32-32-29

about.all.kz