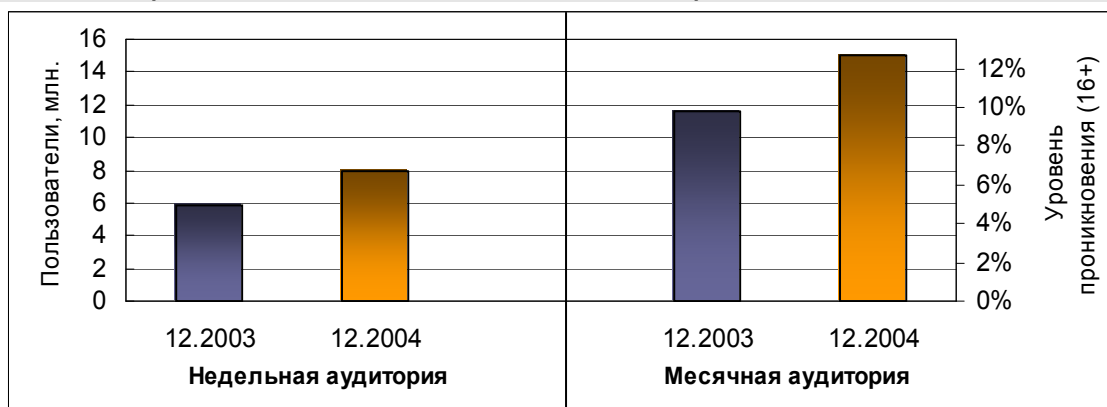


Российский Интернет по количеству пользователей вырос в 2003 г. на 40% - 1,5 миллиона новых пользователей пополнили недельную интернет-аудиторию, которая насчитывает теперь 5% населения России старше 16 лет. Месячная аудитория охватывает почти 10% взрослого населения.

По оценке J'son & Partners¹, на конец 2003 г российская интернет-аудитория насчитывала 11,6 млн. пользователей² в месяц и 5,9 млн. пользователей в неделю.³



Компания J'son & Partners прогнозирует 35-40% рост интернет-аудитории в 2004г.; к концу 2004 года месячная российская аудитория должна достичь 15 миллионов человек.

Коммутируемый и выделенный доступ

Количество пользователей коммутируемым доступом увеличилось в 2003 г. на 800 тысяч человек, достигнув отметки 3,2 миллиона пользователей в неделю. Диалапом пользуется 55% недельной аудитории Рунета, однако при этом на них приходится только 40% веб-трафика, поскольку активность пользователей выделенного широкополосного доступа (по количеству просматриваемых в среднем за неделю веб-страниц) выше в 1,8 раза. Доля выделенного широкополосного доступа составляет 45% недельной аудитории (2,7 млн. пользователей) и 60% веб-трафика.

По прогнозу J&P, количество пользователей диалапа увеличится в 2004 г. на 1 миллион человек благодаря тому, что основной рост интернет-аудитории переместился в регионы. Соотношение коммутируемого и выделенного доступа изменится с 55/45 на настоящий момент до 52/48 к концу 2004 г.

Пользователи диалап доступа	2002	2003	2004
Новые пользователи, тыс.	700	800	1 000
Рост за год	40%	35%	30%
Всего пользователей, тыс.	2 400	3 200	4 200

Источник: J'son & Partners

¹ Компания J'son & Partners основывает свои оценки на сравнении и сопоставлении данных по статистике российского Интернета, полученных из разных источников и с помощью различных методик измерения. Как база для оценок и прогнозов были использованы данные SpyLOG (месячная российская аудитория на февраль 2004 г. – 12,9 млн. человек, недельная аудитория – 7,2 млн.), которые, однако, компания J'son&Partners оценивает как несколько завышенные.

² Количество пользователей здесь и далее определяется по количеству уникальных куки-файлов; как правило, одна запись («кука») соответствует одному компьютеру, подключенному к Интернету.

³ J'son & Partners использует два показателя – объем недельной и месячной аудитории, – т.к. оба параметра активно используются при анализе развития российского Интернета. Размер месячной аудитории характеризует максимальное проникновение Интернета, тогда как размер недельной аудитории показывает количество регулярных пользователей.

Распределение интернет-аудитории: Топ 15 регионов⁴

Компания J'son & Partners оценивает долю Москвы (включая Московскую область) в российской недельной интернет-аудитории в 37% (на февраль 2004 г.). Доля Санкт-Петербурга (включая Ленинградскую область) составляет 10%. 53% аудитории распределяются между остальными регионами, среди которых по количеству интернет-пользователей лидируют Свердловская и Новосибирская области, однако даже их доли не превышают 3% об всей российской интернет-аудитории. Приведенная ниже таблица показывает рейтинг регионов по размеру недельной интернет-аудитории.

Регион	Недельная аудитория Оценка J'son & Partners	
	%	пользователи (тыс.)
1. Москва и область	37%	2 180
2. С.Петербург и Ленинградская обл.	10%	590
3. Свердловская область	3,0%	180
4. Новосибирская область	2,5%	150
5. Нижегородская область	2,1%	125
6. Самарская область	2,1%	125
7. Краснодарский край	2,0%	120
8. Челябинская область	2,0%	115
9. Приморский край	1,9%	110
10. Ростовская область	1,9%	110
11. Иркутская область	1,8%	105
12. Татарстан	1,7%	100
13. Красноярский край	1,6%	95
14. Пермская область	1,3%	80
15. Башкортостан	1,2%	70
другие регионы	28%	1 650

Источники: J'son & Partners, SpyLOG, Voxru.Net

Только в Москве и Петербурге уровень проникновения (по недельной аудитории) превысил 10%. Средний же уровень проникновения Интернета по остальным регионам составляет только 2,9%. Лидерами, помимо двух столиц, являются Томская и Новосибирская области и Приморский край с уровнем проникновения около 7-8%. Общей же тенденцией является более высокий уровень проникновения в северных и восточных регионах и низкий уровень в южных и центральных регионах.



⁴ Для оценки географического распределения российской интернет-аудитории компания J'son & Partners провела сравнительный анализ и верификацию данных системы интернет-статистики SpyLOG и службы опросов интернет-аудитории VoxRu.Net. Были задействованы и другие источники данных, однако они дают чрезмерно большой разброс оценок. Например, доля Москвы колеблется от 21% (ФОМ, данные по недельной аудитории) до 52% (Rambler, данные по хитам).

Регионы России резко отличаются друг от друга по уровню проникновения Интернета. К началу 2005 г. Москва может достичь уровня проникновения в 20%, тогда как большинство регионов еще будет находиться на уровне 5%.

	Проникновение Интернета (по недельной аудитории)		
	12.2003	12.2004	12.2005
Москва	17%	19%	21%
Санкт-Петербург	12%	14%	15%
Остальная Россия	3%	5%	7%

Источник: J'son & Partners

География коммутируемого доступа

Доля коммутируемого доступа от общего количества интернет-подключений колеблется в России от 36% в Москве до 75% в некоторых регионах, например на юге России. Выделенный широкополосный доступ остается в регионах слишком дорогим и часто труднодоступным решением. Существенному увеличению его доли на рынке могут способствовать появление новых игроков на рынке транзита трафика и маркетинговые инициативы провайдеров по пропаганде высокоскоростного доступа.

	Доля диалог подключений	Количество пользователей диалога (в неделю, тыс.)
Москва	36%	800
Санкт-Петербург	54%	320
Остальная Россия	67%	2 100
Россия в целом	55%	3 220

Источники: J'son & Partners; SpyLOG

Топ 10 провайдеров коммутируемого доступа

Компания J'son & Partners подготовила рейтинг провайдеров коммутируемого доступа по количеству пользователей. Полученные результаты представлены ниже в таблице:

Провайдер	Пользователи (в неделю)	Регионы присутствия
1. Голден Телеком	390,000	Россия
2. МТУ-Интел	270,000	Москва
3. СибирьТелеком	200,000	Сибирской ФО
4. Северо-Западный Телеком	170,000	Северо-Западный ФО
5. ВолгаТелеком	160,000	Поволжский ФО
6. ЦентрТелеком	150,000	Центральный ФО
7. Южная ТК	140,000	Южный ФО
8. ВебПлас	140,000	С. Петербург
9. ДальСвязь	90,000	Дальневосточный ФО
10. УралСвязьИнформ	80,000	Уральский ФО

Источники: J'son & Partners; SpyLOG

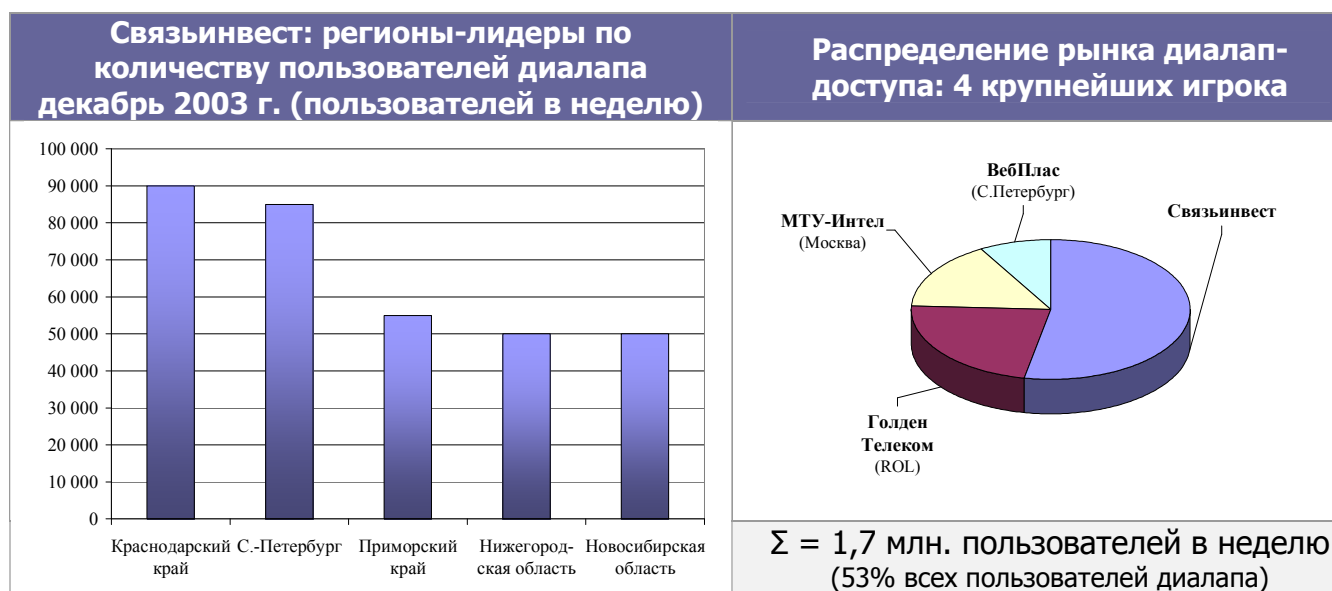
Более 50% российского рынка коммутируемого доступа контролируется 10 крупнейшими операторами, 7 из которых – это компании холдинга «Связьинвест».

По количеству пользователей коммутируемого доступа с компаниями «Связьинвеста» сопоставимы только «Голден Телеком» (единственный общероссийский бренд РОЛ) и лидеры московского и петербургского рынков, МТУ-Интел и ВебПлас. У крупнейших независимых региональных провайдеров, таких как ЦТС («АААнет») в Ростове-на-Дону или «Уралком» в Перми, и у московских провайдеров второго эшелона («Зебра Телеком», «Комстар» и др.) количество пользователей составляет 30-50 тыс. в неделю.

Связьинвест на рынке коммутируемого доступа

В совокупности через свои компании холдинг «Связьинвест» контролирует около **28% российского рынка коммутируемого доступа**. Без учета Москвы и Петербурга эта доля вырастает до 39%. Провайдерский бизнес «Связьинвеста» при этом не интегрирован не только на национальном уровне, но и на уровне макрорегионов. Для каждого региона существует отдельный локальный бренд, а в некоторых регионах (например, в Новосибирской области) существует даже конкуренция между несколькими брендами, подконтрольных «Связьинвесту».

Наибольшим количеством диалог-пользователей «Связьинвест» располагает в Краснодарском крае (Центр Новых Технологий, 90 тысяч пользователей в неделю), Санкт-Петербурге (ПТС, 85 тысяч пользователей), Приморском крае (Приморье-онлайн, 55 тысяч пользователей), Нижнем Новгороде (НПТС, 50 тысяч пользователей) и Новосибирске (50 тысяч пользователей). У филиалов «Связьинвеста» в Челябинской, Иркутской, Ростовской и Воронежской областях количество пользователей коммутируемого интернет-доступа превышает 30 тысяч человек в неделю.



Компании «Связьинвеста» могут увеличить свою долю рынка, в том числе за счет реализации в регионах программ «Интернет в кредит»*.

* Программа 'Интернет в кредит' позволяет клиентам оплачивать сеансовый доступ в Интернет так же, как междугородние разговоры – без отдельного договора, без предоплаты и без необходимости покупать интернет-карточки.

За дополнительной информацией обращайтесь:

Борис Овчинников
[рынок интернет-доступа]
e-mail: BOvchinnikov@json.ru

Оксана Панкратова
[мобильный Интернет]
e-mail: OPankratova@json.ru

Продукты и услуги по рынку интернет-доступа
Банки данных, Профили сегментов и компаний,
Аналитические отчеты

Подробнее об услугах J&P www.json.ru

или тел: +7 (095) 925 7245 факс: +7 (095) 925 9177

Информационный бюллетень подготовлен Компанией J'son & Partners (J&P). Мы приложили все усилия для того, чтобы представить данные, прогнозы и оценки, наиболее точные на момент публикации. J&P оставляет за собой право изменять прогнозы и оценки при появлении новых данных. Печатные издания и СМИ могут использовать данные этого обзора, ссылаясь на компанию J'son & Partners в качестве источника.