

Отчет

о результатах исследования
«Приоритеты и интересы Интернет аудитории
Кыргызстана»



Содержание

Содержание.....	2
Введение	3
Обзор сети Интернет в Кыргызстане.....	4
Описание результатов опроса.....	7
Тенденции развития Интернет контента в Кыргызстане.....	18
Заключение	20
Приложение А. Список источников.....	21
Приложение Б. Подробная структура выборки	22

Введение

ОсОО «Promotank HQA» (далее «Исследователь») подготовил настоящий отчет об исследовании «Приоритеты и интересы Интернет аудитории Кыргызстана». Данный отчет представляет описание и анализ результатов осуществленных Исследователем работ в области интернет контента Кыргызстана.

Данное исследование проводится по заказу Фонда «Сорос-Кыргызстан» в течение трех календарных месяцев на территории Кыргызской Республики. Основная цель исследования заключается в предоставлении помощи в развитии Интернет контента Кыргызстана посредством определения интересов, предпочтений и вкусов пользователей Интернета в Кыргызской Республике. Результаты исследования помогут выявить степень и тенденции развития отечественного Интернета, информация о предпочтениях пользователей в КР будет представлять большую ценность для веб разработчиков при разработке Интернет проектов в Кыргызстане.

Методология

Исследование осуществляется с использованием следующих методов:

- Кабинетное исследование;
- Полевое исследование.

Кабинетное исследование представляет собой проведение обзора и анализа данных местных и международных исследовательских организаций.

Полевое исследование осуществляется путем проведения опроса среди пользователей Интернета. Количество респондентов в выборке составляет 1 032 человек в наиболее крупных городах и административных центрах республики:

- доверительная вероятность 95%;
- доверительный интервал (погрешность) $\pm 3\%$;
- генеральная совокупность 2 194 400 человек (количество Интернет пользователей в Кыргызстане).

Возраст респондентов варьируется от 16 до 69 лет.

Краткая информация об Исследователе

Общество с ограниченной ответственностью «Promotank HQA» – это группа специалистов в области маркетинга, менеджмента и финансов. За три с лишним года существования компания успешно реализовала проекты в сфере исследований рынка, экономического анализа, продвижения новых продуктов и услуг для местных и международных организаций.



Обзор сети Интернет в Кыргызстане

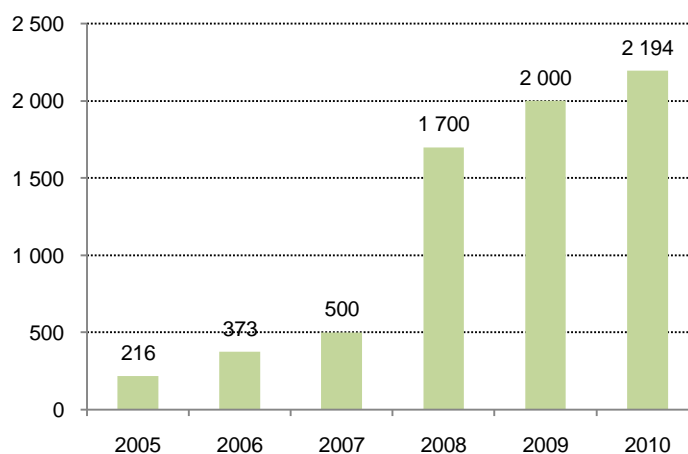
На сегодняшний день Интернет рынок в Кыргызской Республике находится на достаточно динамичной стадии развития. Интернет все больше входит в повседневную жизнь жителей страны. Увеличивающийся территориальный охват провайдеров способствует росту количества пользователей Интернета, а также увеличению количества локальных ресурсов в глобальной сети.

Согласно данным Internet World Stats, общее количество интернет-пользователей в Кыргызстане по состоянию на июнь 2010 г. составляет 2 194 400 человек. Уровень проникновения составил примерно 40%.

Таблица 1

Динамика количества пользователей сети Интернет в Кыргызской Республике

(источник: Государственное Агентство связи при Правительстве Кыргызской Республики)



При этом следует отметить, что уровень проникновения имеет наибольшее значение по сравнению с остальными странами Центральной Азии.

Таблица 2

Количество пользователей сети Интернет в странах Центральной Азии

(источник: Internet World Stats)

Страна	Население	Количество пользователей	Уровень проникновения
Кыргызстан	5 418 300	2 194 400	40%
Казахстан	15 460 484	5 300 000	34%
Узбекистан	27 865 738	4 689 000	17%
Таджикистан	7 487 489	700 000	9%
Туркменистан	4 940 916	80 400	2%

На данный момент в Кыргызстане представлено несколько провайдеров Интернет услуг, среди которых большая часть территориально охватывает только столицу республики. Основными провайдерами в республике являются компании Кыргызтелеком, Элкат и Акнет.



В Кыргызстане вместе со снижением тарифов на внутренний трафик наблюдалось увеличение различных Интернет ресурсов. На текущий момент количество активных веб-ресурсов составляет примерно 1 500. Все большую популярность приобретают файлообменные ресурсы, видео порталы, социальные сети, а также другие технологии WEB 2.0.

В таблице ниже представлен общий рейтинг наиболее популярных международных и локальных Интернет ресурсов в Кыргызстане.

Таблица 3

Рейтинг наиболее популярных Интернет ресурсов среди пользователей в Кыргызстане

(источник: webomer.ru)

Позиция	Название	Сайт
1	Mail.Ru	mail.ru
2	Одноклассники	odnoklassniki.ru
3	Дизель форум	diesel.elcat.kg
4	Яндекс	yandex.ru
5	Google	google.kg; google.ru; google.com
6	Намба!	namba.kg
7	Wikipedia	wikipedia.org
8	Bit-Torrent Трекер Torrent.kg	torrent.kg
9	АКИpress	akipress.org
10	Facebook	facebook.com
11	Rambler	rambler.ru
12	Билайв	blive.kg
13	YouTube	youtube.com
14	Bit-Torrent Трекер Torrents.kg	torrents.kg
15	В Контакте	vkontakte.ru

В таблице ниже представлена пятерка наиболее популярных локальных Интернет ресурсов.

Таблица 4

Рейтинг наиболее популярных локальных Интернет ресурсов среди пользователей в Кыргызстане

(источник: webomer.ru, Alexa Internet Inc.)

Позиция	Название	Сайт
1	Дизель форум	diesel.elcat.kg
2	Намба!	namba.kg
3	Bit-Torrent Трекер Torrent.kg	torrent.kg
4	АКИpress	akipress.org
5	Билайв	blive.kg

Согласно данным Alexa Internet Inc., Дизель Форум (diesel.elcat.kg) является наиболее популярным локальным Интернет ресурсом в Кыргызстане. По их информации, около 76% аудитории форума проживают в Кыргызстане, 9,2% в Российской Федерации, 7,3% в Казахстане.



Вторым по популярности ресурсом является Намба! (namba.kg). 92% аудитории ресурса проживают в Кыргызстане. Длительность типичного визита данного ресурса составляет примерно 16 минут, при этом на просмотр каждой страницы затрачивается 56 секунд.

На третьем месте расположился ресурс Bit-Torrent ТрекерTorrent.kg. 95% аудитории ресурса находятся в Кыргызстане. Пользователи трекера в среднем затрачивают 47 секунд на просмотр каждой страницы, а длительность типичного визита составляет 12 минут.

Информационный портал АКИpress (akipress.org) располагается на четвертом месте по популярности среди локальных Интернет ресурсов в Кыргызстане. Данный портал уже действует более 10 лет. На данный момент основная часть пользователей портала (62%) находятся в Кыргызстане. При этом остальная часть трафика портала приходится на Азербайджан (19%), Российскую Федерацию (7%), США (5%), а также 7% на другие страны.

Видео портал Билайв (blive.kg) замыкает пятерку наиболее популярных локальных Интернет ресурсов в Кыргызстане. 92% аудитории ресурса проживают в Кыргызстане.



Описание результатов опроса

Выборка

Для достижения основных целей исследования и определения основных приоритетов и интересов Интернет аудитории Кыргызстана Исследователь осуществил опрос пользователей сети Интернет.

В опросе приняло участие 1 032 человека в 14 крупных городах и административных центрах республики. В составленной выборке были охвачены все основные регионы и области республики, а также представлены разные группы населения. Подробная структура выборки представлена в приложении Б.

Доверительная вероятность составляет 95% с доверительным интервалом $\pm 3\%$. Генеральная совокупность равна количеству пользователей сети Интернет в Кыргызской Республике – 2 194 400 человек.

Таблица 5

Структура выборки опроса

Город	Население	Выборка	Выборка %
Бишкек	846 500	583	56,49%
Ош	243 200	155	15,02%
Джалал-Абад	89 000	37	3,59%
Каракол	63 400	52	5,04%
Токмок	53 200	36	3,49%
Узген	49 400	19	1,84%
Кара-Балта	37 800	30	2,91%
Нарын	34 800	24	2,33%
Талас	32 900	16	1,55%
Кызыл-Кыя	31 800	13	1,26%
Кант	21 600	15	1,45%
Баткен	13 400	17	1,65%
Кара-Суу	21 300	9	0,87%
Чолпон-Ата	10 500	26	2,52%
Итого	1 548 800	1 032	100,00%

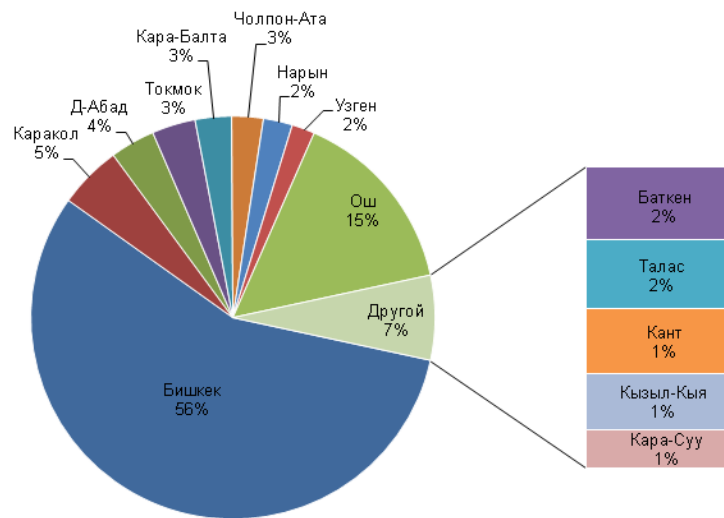
Выборка опроса формировалась на основе данных о численности населения в городах и административных центрах. Так, среди всех респондентов, принявших участие в опросе, на долю пользователей Интернета в г. Бишкек приходится 56,49% от общего количества респондентов. На долю г. Ош приходится 15,02% от общего числа респондентов, а 28,49% на долю остальных городов и административных центров.

Ниже на рисунке представлена структура респондентов в выборке по месту жительства.



Рисунок 1

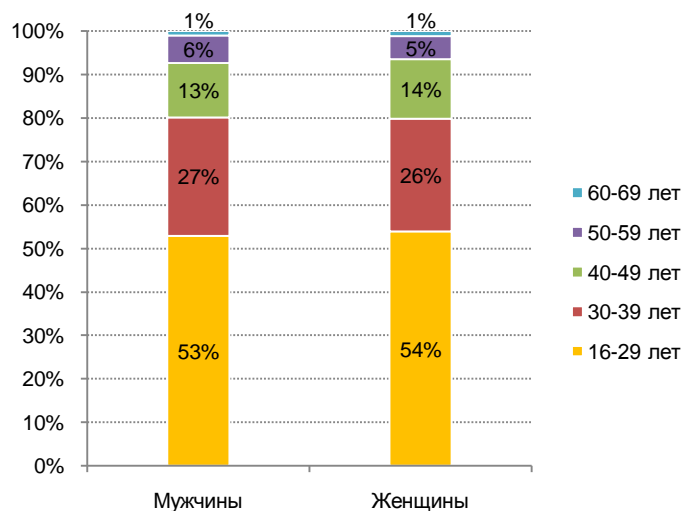
Структура респондентов в выборке по месту жительства



Возраст респондентов варьируется от 16 до 69 лет. Для наиболее справедливого определения предпочтений и интересов в зависимости от полового признака, Исследователь старался выдерживать равное соотношение мужчин и женщин, принимающих участие в опросе. Так, среди респондентов опроса на долю мужчин пришлось 52%, на женщин – 48%. В целом, респонденты в выборке представлены молодыми людьми в возрасте от 16 до 29 лет (53-54% от общего количества респондентов). Также значительная часть приходится на пользователей в возрасте от 30 до 39 лет (26-27% от общего количества респондентов).

Рисунок 2

Структура респондентов в выборке по возрастным категориям



Описание результатов опроса

По итогам проведенного опроса, среди всех опрошенных основную долю составляют сотрудники частных компаний и студенты. На них приходится 31% и 28% соответственно от общего количества респондентов. Государственные служащие представлены в количестве 17% от общего количества респондентов. Среди прочих в опросе также приняли участие школьники, частные предприниматели и безработные, на долю которых приходится 10%, 9% и 4% соответственно. На долю пенсионеров приходится 1% от общего числа респондентов.

Рисунок 3

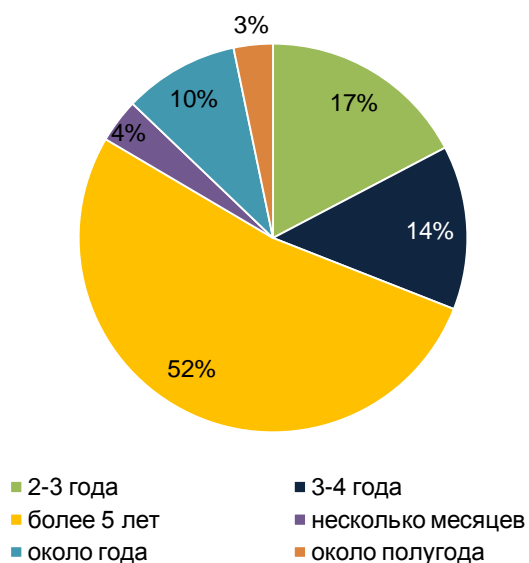
Структура пользователей сети Интернет по роду деятельности



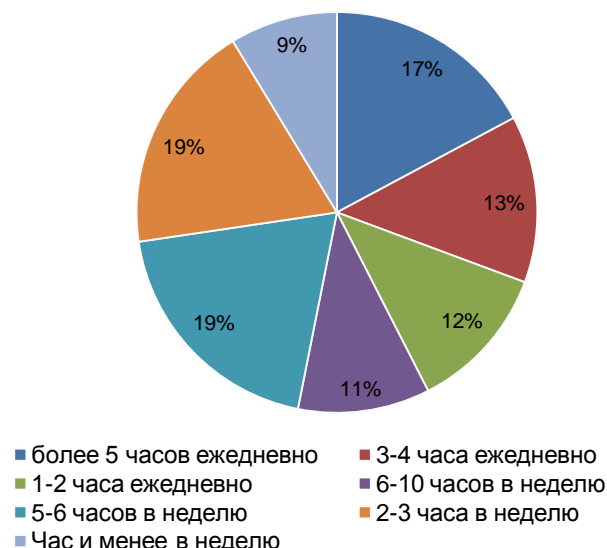
Согласно полученным данным, среди респондентов основная доля (52% от общего количества респондентов) приходится на пользователей, использующих Интернет более 5 лет. Также 17% пользователей используют Интернет в течение 2-3 лет, а 14% в течение 3-4 лет. Среди респондентов около 19% пользуются Интернетом более 5-6 часов в неделю, и также 19% пользуются Интернетом 2-3 часа в неделю. При этом 17% респондентов используют Интернет в среднем 5 и более часов ежедневно. Ниже на рисунке представлена структура пользователей сети Интернет по длительности и частоте использования.

Рисунок 4

Структура пользователей сети Интернет по длительности использования



Структура пользователей сети Интернет по частоте использования



Пользователи в большинстве случаев получают доступ к сети Интернет на рабочем месте. Так, 35% респондентов отметило, что рабочее место является основным местом выхода в Интернет. Второй наиболее распространенной точкой доступа является дом (33%). 23% респондентов обращаются к услугам интернет кафе, а 7% используют Интернет на учебе.

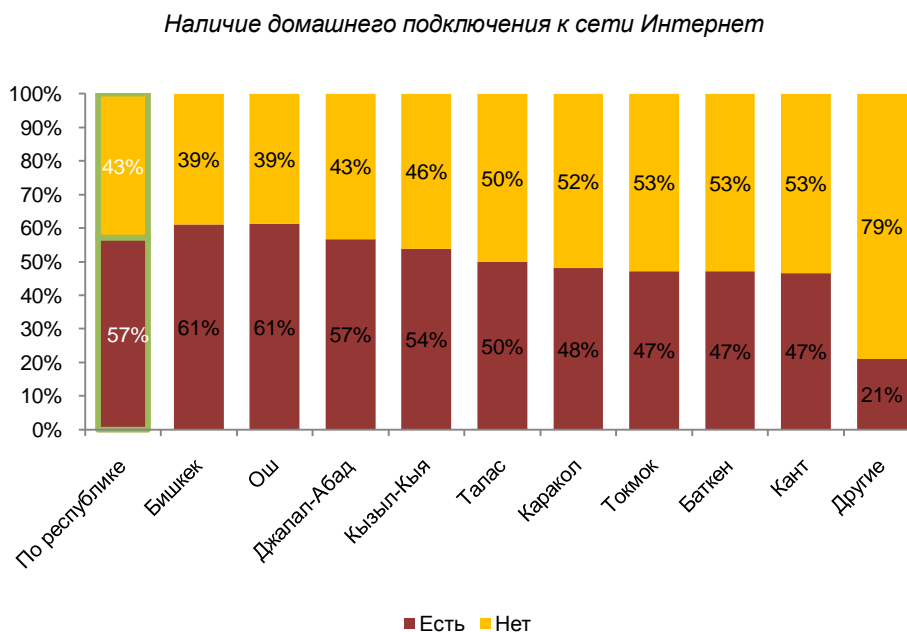
Рисунок 5

Место выхода в сеть Интернет



В целом, среди всех респондентов 57% имеют у себя дома подключение к сети Интернет. При этом следует отметить, что домашнее подключение к сети больше распространено у жителей крупных городов. Так, среди респондентов, проживающих в городах Бишкек и Ош, 61% имеет подключение дома. Среди респондентов, проживающих в остальных городах и административных центрах, доля домашнего подключения имеет меньшее значение, что обусловлено меньшим количеством провайдеров и, в целом, более низким уровнем доходов.

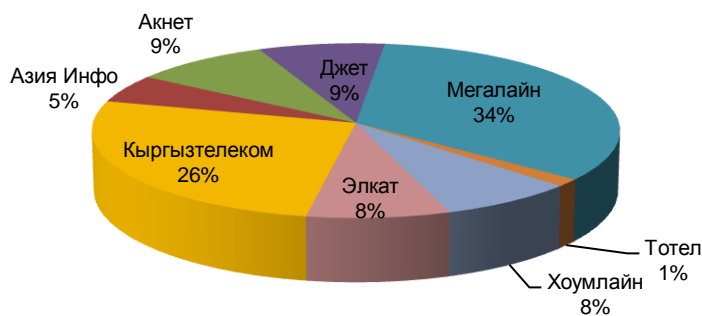
Рисунок 6



Опрос показал, что наибольшую распространенность среди респондентов, проживающих в городе Бишкек, имеет провайдер Мегалайн, услугами которого пользуются 34% респондентов. Вторым по популярности является провайдер Кыргызтелеком (26%).

Рисунок 7

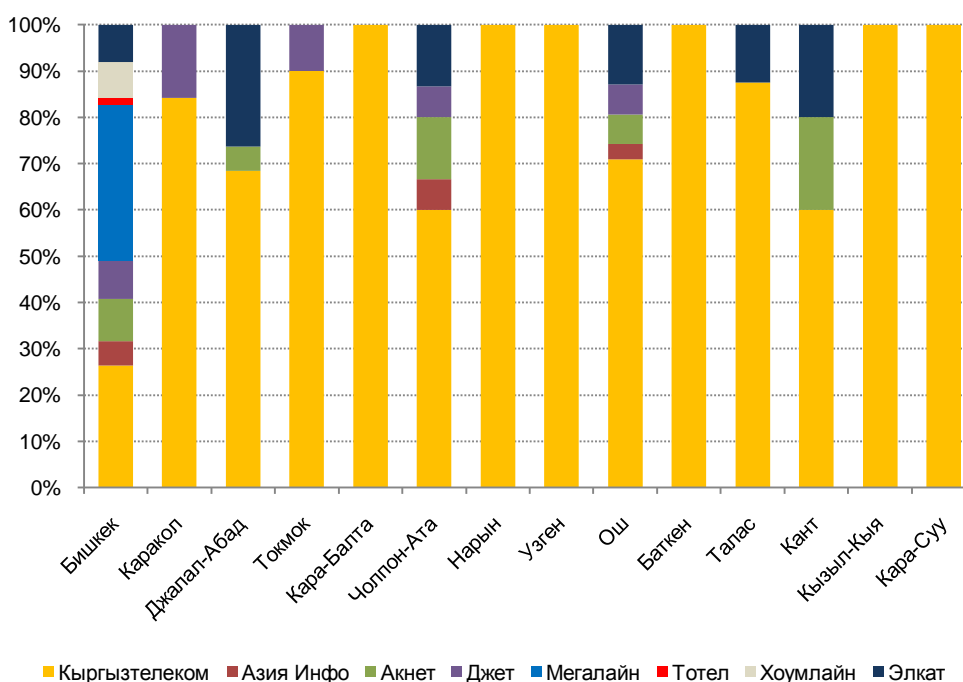
Распространенность интернет провайдеров в городе Бишкек



Здесь важно отметить, что структура распространенности и популярности интернет провайдеров в г. Бишкек значительно отличается от остальных регионов. Это связано с тем, что в столице республики присутствует большее количество провайдеров, предоставляющих услуги только в пределах города. Ниже представлена структура распространенности и популярности провайдеров в разных городах республики.

Рисунок 8

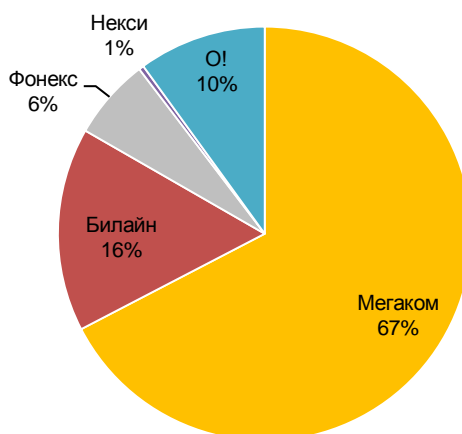
Распространенность интернет провайдеров в городах Кыргызстана



Среди всех респондентов 48% отметили, что они также пользуются сетью Интернет по мобильной связи. Ниже на рисунке представлена структура операторов сотовой связи, предоставляющих доступ в Интернет.

Рисунок 9

Операторы сотовой связи, предоставляющие доступ в Интернет



Опрос показывает, что респонденты при использовании сети Интернет посредством мобильной связи отдают наибольшее предпочтение сотовому оператору «Мегакот» (67% от общего количества респондентов). На долю оператора «Билайн» приходится 16%, а на долю «О!» – 10%. В данном случае важно заметить, что, условия и качество обслуживания, а также стоимость Интернет услуг у сотовых операторов находятся, в целом, на одном уровне. В связи с тем, что доступ к сети Интернет является дополнительной услугой для сотовых операторов, пользователи,

в своем большинстве, не склонны выбирать сотового оператора по стоимости и качеству предоставления доступа.

Респонденты отмечают, что при выборе определенного провайдера, они обращают внимание на скорость, цены и качество обслуживания. Наиболее важными критериями при выборе провайдера являются цены (27% респондентов) и скорость подключения к сети Интернет (24% респондентов). 19% респондентов отметили, что они просто привыкли пользоваться услугами своего провайдера. Важно отметить, что 8% респондентов пользуются услугами своих провайдеров по причине отсутствия покрытия в их районе/регионе иных провайдеров. К таковым провайдерам относится Кыргызтелеком, обладающий наибольшим территориальным охватом среди всех поставщиков данного вида услуг. Респонденты среди прочих критериев также отметили наличие у провайдеров кредитной системы оплаты, качественные рекламные кампании, а также объяснили свой выбор провайдера тем, что они являются сотрудниками данных организаций.

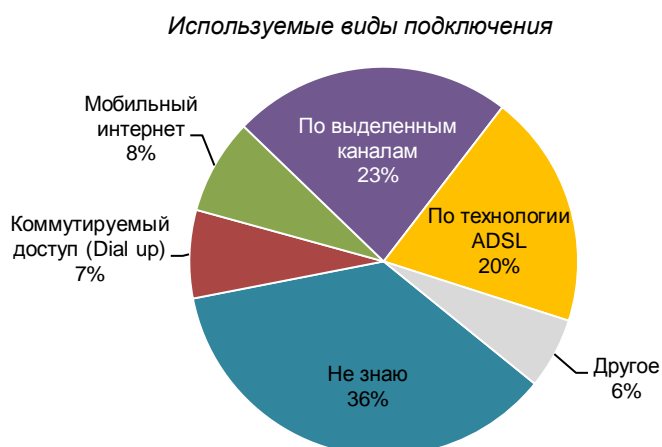
Рисунок 10

Основные критерии выбора интернет провайдеров



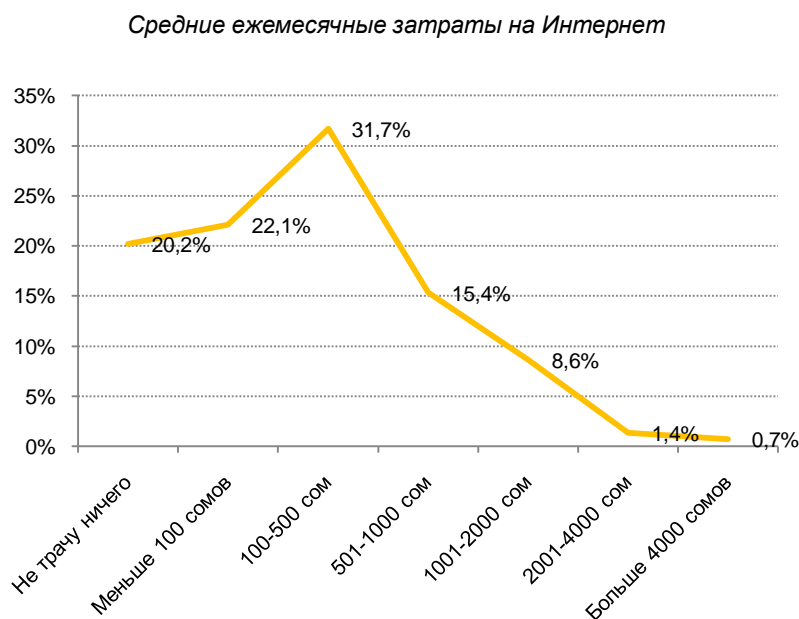
На данный момент в Кыргызстане представлены практически все возможные виды технологий подключения к сети Интернет. По результатам проведенного опроса 23% подключаются по выделенным каналам и 20% по технологии ADSL. Коммутируемый доступ (Dial-up) используют 7%, а мобильный Интернет (посредством мобильных телефонов) – 8%. При этом 36% респондентов затруднились ответить, какой именно вид подключения они используют. Следует отметить, что респонденты, в целом, не обладают четким пониманием о возможных технологиях подключения к сети Интернет. Это, во-первых, обусловлено тем, что респонденты пользуются сетью Интернет на рабочем месте и интернет кафе, где вид подключения определяется по усмотрению организации. Во-вторых, для респондентов более важным является не технология подключения, а цена и скорость.

Рисунок 11



Около половины респондентов (32%) ежемесячно тратят на пользование сетью Интернет от 100 до 500 сомов. От 500 до 1 000 сомов тратят ежемесячно 15% респондентов. 20% респондентов отметили, что не несут затрат на пользование сетью Интернет, так как они пользуются доступом, предоставляемым их работодателем.

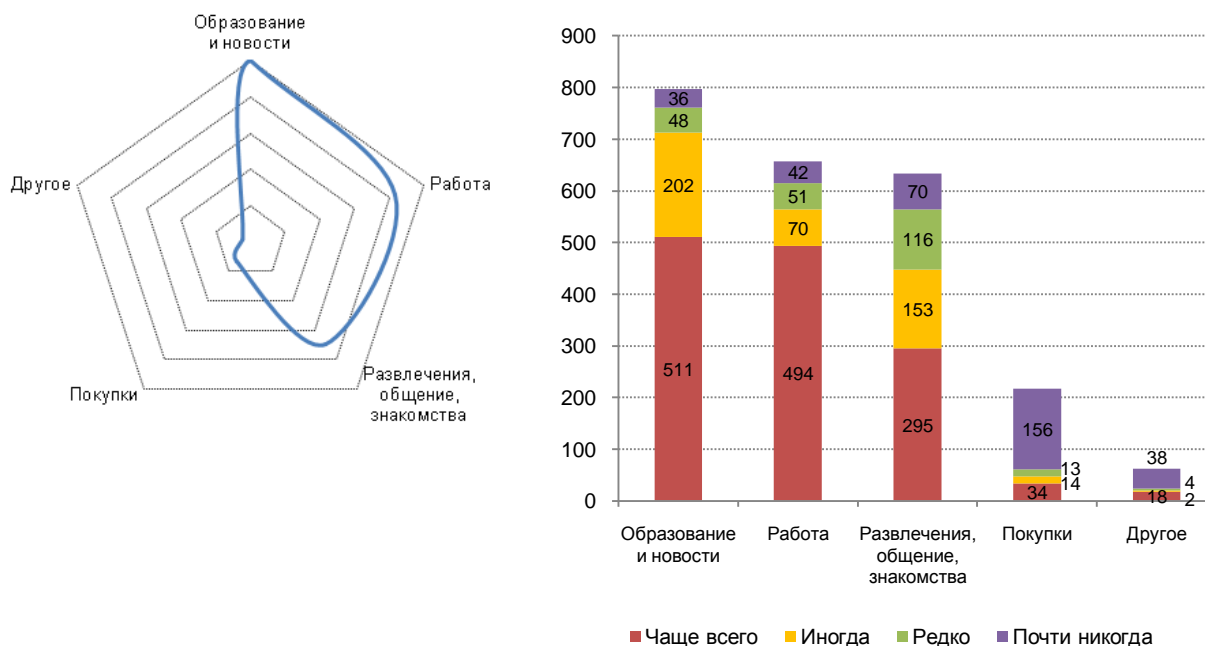
Рисунок 12



При проведении опроса респондентам был задан вопрос об основных целях использования сети Интернет. Им были предложены несколько вариантов для ранжирования: (а) для работы (в том числе деловые коммуникации), (б) для образования и получения новостей, (в) для развлечения, общения, знакомств, (г) для осуществления покупок.

Рисунок 13

Назначение использования Интернет

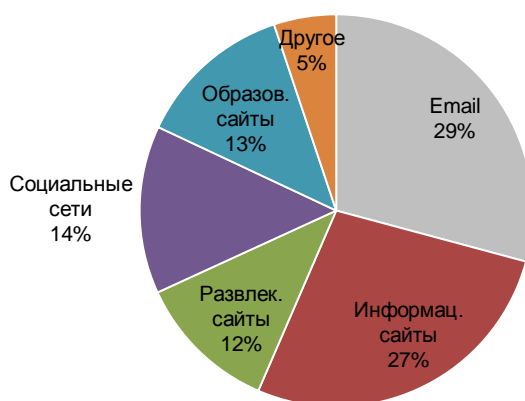


Результаты опроса показывают, что чаще всего респонденты пользуются Интернетом в образовательных целях и для получения новостей, а также по рабочим целям. Также значительная доля приходится на пользователей, использующих Интернет для развлечения, общения и знакомств.

В структуре сайтов, посещаемых респондентами, основная доля приходится на сайты почтовых служб – 29%. Почтовые службы представлены сервисами электронной почты Mail.ru, Yandex.ru, Gmail.com, Rambler.ru, Namba.kg. На долю информационных сайтов приходится 27%, которые представлены сайтами akipress.kg, www.24.kg, lenta.ru, limon.kg. Среди социальных сетей (14%) наиболее популярными являются сети Facebook.com, twitter.com, odnoklassniki.ru, Развлекательные сайты (12%) представлены сайтами diesel.elcat.kg, namba.kg, blive.kg, diesel.kg.

Рисунок 14

Виды сайтов, посещаемые пользователями сети Интернет

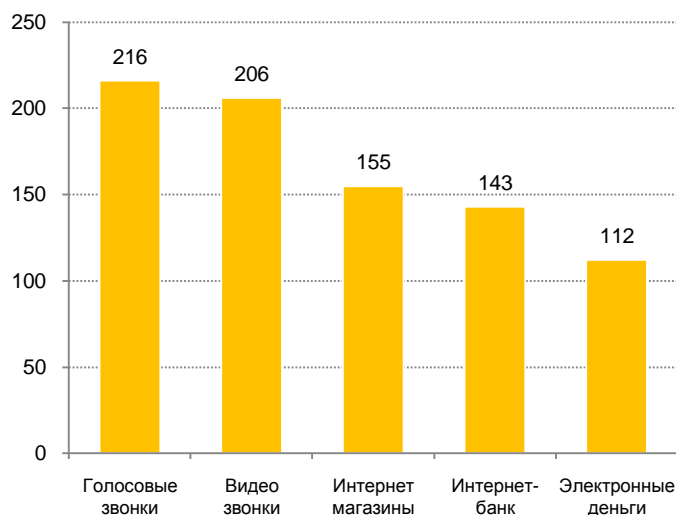


Наиболее популярными видами интернет технологий, которыми пользуются респонденты, являются голосовые и видео звонки. Так, 216 и 206 респондентов соответственно отметили, что

пользуются данными видами технологий. 155 респондентов утверждают, что совершают пользуются услугами интернет магазинов, а 143 респондента пользуются интернет банкингом для контроля и управления денежными средствами в банке. 112 респондентов используют электронные деньги.

Рисунок 15

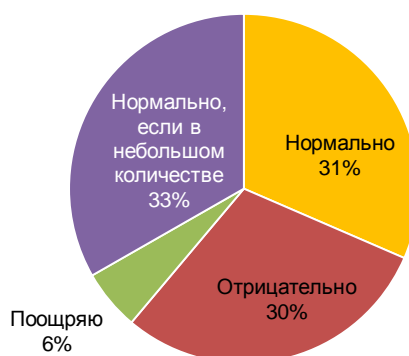
Технологии, применяемые пользователями сети Интернет



Отвечая на вопрос о своем отношении к рекламным баннерам на сайтах, 33% респондентов отметили, что относятся к ним нормально, если присутствуют в небольшом количестве. 31% респондентов отметили, что относятся к баннерам, в целом, нормально, а 30% отметили свое отрицательное отношение. 6% респондентов, напротив, поощряют наличие таких баннеров.

Рисунок 16

Отношение пользователей сети Интернет к рекламным баннерам на сайтах



Также исследование позволило определить основные критерии и предпочтения при выборе определенных сайтов. Так, респонденты отмечают, что наиболее важными критериями при выборе определенного сайта являются его содержание и скорость соединения. Респонденты также уделяют внимание удобству навигации. Дизайн сайта и соблюдение авторских и иных прав имеют наименьшее значение.

Тенденции развития Интернет контента в Кыргызстане

Дальнейшие тенденции развития Интернет контента в Кыргызстане, в первую очередь, определены развитием местной телекоммуникационной инфраструктуры. Развитие инфраструктуры включает в себя расширение проводного широкополосного доступа посредством строительства:

- волоконно-оптических линий связи (ВОЛС);
- широкой распределительной сети на базе технологий ADSL, WiFi;
- инфраструктуры беспроводного доступа на базе технологий мобильного Интернета EV-Do и LTE;
- радиорелейных магистральных путей, которые будут использоваться в качестве резервных магистральных каналов.

В 2009 г. ОАО «Кыргызтелеком» завершил строительство магистрального канала Бишкек – Кемин – Каракол, который позволяет жителям Иссык-Кульской области использовать все услуги широкополосного доступа. На данный момент в республике также завершается строительство ВОЛС из КНР на Иркештам. Следующим этапом планируется строительство второго выхода на КНР через Торуграт и дальнейшее соединение севера и юга республики посредством строительства ВОЛС Бишкек – Торугарт, которое предположительно будет завершено в 2011 г.¹. Среди основных выгод, получаемых от развития данных магистральных каналов, можно отметить следующее:

- возможность обеспечить более дешевый выход в сеть Интернет через КНР посредством организации нескольких альтернативных выходов в сеть Интернет через разные страны (КНР, Республика Казахстан, Российская Федерация);
- организация транзита международного трафика из КНР через Кыргызстан в Таджикистан и далее в Афганистан, Иран, Пакистан, Индию и другие страны.

Важно отметить, что развитие альтернативных магистральных каналов уже привело к снижению цен со стороны Казахстана. Более того, при успешном завершении данных проектов внутри страны будет увеличены скорости для абонентов, за счет чего будет расширена абонентская база, что также позволит сократить себестоимость и снизить тарифы. Согласно данным членов ГИИП, установление приемлемых цен даст дополнительный толчок развитию Интернет технологий. Голосовые и видео звонки, электронные деньги, интернет-банкинг, электронная коммерция и другие технологии являются частью сегодняшнего развития, прогресс которого нельзя остановить.

Технологии мобильного Интернета в Кыргызской Республике развиваются быстрыми темпами. Сотовые операторы объективно обладают большей долей охвата населения и в какой-то степени становятся конкурентами фиксированным операторам в области предоставления услуг передачи данных. Однако скорости передачи данных в фиксированной передаче данных выше и экономически выгоднее, чем у мобильного Интернета. В связи с этим мобильный Интернет является лишь взаимодополняющей услугой.

Эксперты ГИИП отмечают, что основными причинами активного развития местного Интернет контента остаются а) уникальный локальный контент, б) низкая скорость доступа к внешним ресурсам, в) дороговизна зарубежного трафика. При этом эксперты отмечают, что вместе с вводом безлимитных тарифных опций наблюдается снижение активности локального контента. Ресурсы, предоставляющие контент, аналогичный зарубежному, возможно столкнутся с замедлением

¹ <http://analitika.akipress.org/news:1601>

своего развития. При этом те ресурсы, которые предоставляют уникальный контент, характерный для этого региона, будут набирать все большую активность и популярность.



Заключение

Результаты проведенного исследования показывают, что Интернет давно вошел в повседневную жизнь молодых людей. Более того, новые технологии осваивают и старшие поколения, использующие Интернет, как для работы, так и для общения.

Можно также констатировать укрепление доверия населения к новым технологиям. Уже многие пользователи используют Интернет банкинг, электронные деньги, совершают покупки в Интернет-магазинах. Все большее распространение также получает мобильный интернет, возрастает роль технологий WEB 2.0 (социальные сети, блоги и др.). Однако данные технологии, все-таки, получают развитие и популярность среди абонентов в крупных городах и административных центрах. Низкий уровень проникновения сети Интернет в регионах является одним из основных сложностей на пути развития местного контента.

Реализованные и запланированные проекты по развитию инфраструктуры позволят обеспечить большой охват и проникновение сети Интернет, а также уменьшить себестоимость предоставления Интернет услуг. Снижение тарифов может неоднозначно повлиять на развитие местного контента. С одной стороны, ресурсы, дублирующие зарубежный контент, могут столкнуться со снижением активности и популярности с другой стороны, открываются дополнительные возможности для развития уникального местного контента и технологий.

Данное исследование организовано Обществом с ограниченной ответственностью «Promotank HQA». Promotank HQA – это группа специалистов в области маркетинга, менеджмента и финансов с широким кругом контактов в активном сообществе Кыргызстана и Казахстана. Компания была создана на базе Бизнес Клиники АУЦА, образованной в январе 2007 года силами студентов и преподавателей направлений Управление Бизнесом и MBA. Мы успешно работаем с нашими клиентами на постоянной основе, а также международными и местными организациями в сфере маркетинга и экономического анализа.



Приложение А. Список источников

Государственное Агентство связи при Правительстве Кыргызской Республики

Internet World Stats (www.internetworldstats.com)

WEBOMER (webomer.ru)

Alexa Internet Inc. (www.alexa.com)

Гражданская Инициатива Интернет Политики (www.gipi.kg)



Приложение Б. Подробная структура выборки

	Бишкек	Баткен	Джалал-Абад	Каракол	Нарын	Ош	Талас	Кант	Чолпон-Ата	Кара-Балта	Кызыл-Кыя	Токмок	Кара-Суу	Узген	ИТОГО
Население	846 500	13400	89 000	63400	34 800	243 200	32 900	21 600	10 500	37 800	31 800	53 200	21 300	49 400	1 548 800
Выборка, %	56,49%	1,65%	3,59%	5,04%	2,33%	15,02%	1,55%	1,45%	2,52%	2,91%	1,26%	3,49%	0,87%	1,84%	100,00%
16-29, М	166	10	8	13	4	31	3	6	8	6	3	7	3	7	275
30-39, М	80	4	7	3	5	20	2	0	3	8	1	4	1	4	142
40-49, М	34	0	2	3	2	14	2	0	2	1	1	4	0	0	65
50-59, М	12	0	1	3	1	11	0	0	1	1	0	2	1	0	33
60-69, М	3	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
16-29, Ж	158	3	13	13	6	32	5	8	7	11	4	7	3	6	276
30-39, Ж	87	0	2	5	2	22	2	0	2	1	3	6	0	1	133
40-49, Ж	30	0	4	5	3	17	2	1	2	1	0	4	0	1	70
50-59, Ж	11	0	0	4	1	7	0	0	1	1	0	1	1	0	27
60-69, Ж	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	6
Итого	583	17	37	52	24	155	16	15	26	30	13	36	9	19	1 032

Бишкек, Кыргызстан

Парк им. Панфилова, административное здание
Ул. Панфилова, 58
Бишкек, Кыргызская Республика 720040
Тел.: (+996 312) 625 198
Сот.: (+996 555) 690 632
E-mail: promotank@marketing.kg

Ош, Кыргызстан

Микрорайон Тулейкен, дом 13, 2 этаж, кв. 83
Тел.: (+996 3222) 64 725
Сот.: (+996 555) 211 835
Сот.: (+996 543) 211 835