

Онлайн-практики россиян

Цифровизация оказывает все более заметное влияние на повседневную жизнь россиян. Чтобы выяснить, как меняются онлайн-практики населения, специалисты Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ проанализировали результаты обследования домохозяйств, проведенного Росстатом в 2018 г. по методике, разработанной специалистами института¹.

Доля домохозяйств, имеющих доступ к интернету, за период 2008–2018 гг. выросла в три раза с 26 до 77%. На столько же за аналогичный период увеличился процент россиян, выходящих в Сеть каждый день: с 22 до 68%².

Россияне выходят в интернет в основном из дома (97%) и с работы (43%), гораздо менее популярны общественные точки доступа (21%)³. Дома россияне чаще всего подключаются к Сети через мобильные телефоны (62%), ноутбуки (43%), стационарные компьютеры (39%) или планшеты (26%). Далее с большим отрывом идут телевизоры со специальным устройством (9%) и игровые приставки (3%).

Среди 21 млн россиян старше 15 лет, не пользующихся интернетом, 70% не видят в нем необходимости, 30% не имеют достаточных компетенций для работы в Сети, еще 20% назвали высокими затраты на подключение⁴.

Ситуация с интернет-навыками по сравнению с 2015 г. значительно улучшилась. Так, россияне заметно активнее осуществляют онлайн финансовые операции (+22 п. п.), телефонные звонки или видео-разговоры (+12 п. п.), продают или покупают товары и услуги (+10 п. п.), а также ищут о них информацию в Сети (+14 п. п.) (рис. 1).

Рис. 1. Интернет-навыки населения

(в процентах от численности населения в возрасте 15–72 лет, использующего интернет в течение последних 3 месяцев)



¹ Проанализированы данные обследования по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей за 2018 г.

² Для сопоставимости приведены данные по населению в возрасте 16–74 лет.

³ В процентах от численности населения в возрасте 15–74 лет, использовавшего интернет за последние три месяца.

⁴ Респонденты могли назвать несколько причин неиспользования интернета.

В основном россияне приобретают в режиме онлайн одежду, обувь и спортивные товары (56%⁵). Предметы домашнего обихода заказывают 27% интернет-пользователей, 20% – билеты на развлекательные мероприятия. Менее распространены покупки фильмов и музыки (10%), товаров для творчества и хобби (9%), видеоигр (8%) и программного обеспечения (5%). В рейтинге услуг, приобретаемых онлайн, лидируют банковские операции и денежные переводы (40%), телекоммуникационные (24%), а также услуги, связанные с организацией путешествий (19%).

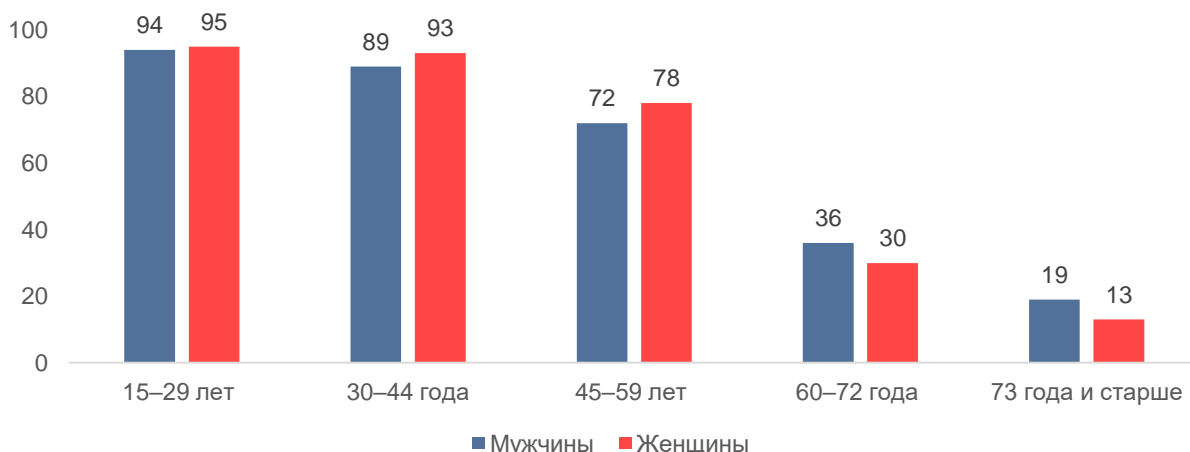
Более 44 млн россиян старше 15 лет, которых не привлекают покупки онлайн, в ряду главных причин отказа от данной практики называли предпочтение походов в магазины (59%), отсутствие необходимости (40%), недоверие к качеству продукции (19%). Реже всего барьерами оказывались недостаток навыков (7%), нежелание раскрывать информацию о платежной карте (5%) и персональных данных (5%).

По количеству выполняемых различных действий в Сети был рассчитан интегральный показатель уровня интернет-навыков россиян: базовый (1–2 действия), средний (3–4 действия), высокий (5–6 действий) и продвинутый (7–10 действий). По итогам наблюдений в 2018 г. треть респондентов (33%) обладали базовым уровнем, почти столько же (32%) – средним, высокий и продвинутый зафиксированы у каждого пятого (22%) и восьмого (13%) соответственно.

Владение базовым уровнем навыков незначительно превалирует среди женщин в первых трех возрастных группах (от 15 до 59 лет) и существенно снижается у мужчин и женщин старше 59 лет (рис. 2).

Рис. 2. Владение базовым уровнем интернет-навыков: 2018

(в процентах от численности населения соответствующей возрастной группы)



Преодоление возрастающего цифрового неравенства населения и снижение сопутствующих ему рисков является одним из приоритетов национального проекта «Цифровая экономика в Российской Федерации». С целью его реализации, в частности, предусмотрены меры по развитию компетенций в области применения персональных компьютеров, интернета и других видов информационно-коммуникационных технологий для решения повседневных и рабочих задач.

⁵ В процентах от численности населения в возрасте 15–74 лет, заказывавшего товары и услуги онлайн.



Источники:

Расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата в рамках проекта «Подготовка методических и информационно-аналитических материалов по индикаторам цифровой экономики» тематического плана на научно-исследовательских работ, предусмотренных Государственным заданием НИУ ВШЭ.

■ Материал подготовила **А. И. Нефедова**

Данный материал НИУ ВШЭ может быть воспроизведен (скопирован) или распространен в полном объеме только при получении предварительного согласия со стороны НИУ ВШЭ (обращаться issek@hse.ru).

Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (issek.hse.ru), а также на автора материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.