



Министерство связи и массовых
коммуникаций Российской Федерации



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Информационное общество: востребованность информационно- коммуникационных технологий населением России





Министерство связи и массовых
коммуникаций Российской Федерации



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Информационное общество: востребованность информационно- коммуникационных технологий населением России

Москва 2015

УДК 31:004
ББК 60.6
И74

Редакционная коллегия:

Л.М. Гохберг, Е.Н. Занозина

Авторский коллектив:

Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, Г.Г. Ковалева, В.В. Полякова,
К.С. Фурсов, Е.М. Чернович

И74 **Информационное общество: востребованность информационно-коммуникационных технологий населением России** / Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, Г.Г. Ковалева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2015. – 120 с. – 250 экз. – ISBN 978-5-7598-1273-9 (в обл.).

Представленный аналитический доклад обобщает результаты комплексного исследования использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) населением России. Приводятся межстрановые сопоставления основных индикаторов.

Анализ базируется на результатах федерального статистического наблюдения за использованием ИКТ населением, обследования бюджетов домашних хозяйств Росстата и данных статистической службы Европейского союза (Евростата).

В публикации использованы материалы проекта «Мониторинг инновационного поведения населения», реализованного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

УДК 31:004
ББК 60.6

.....
Editors:

Leonid Gokhberg, Ekaterina Zanozina

Authors:

Gulnara Abdrakhmanova, Elena Chernovich, Konstantin Fursov, Leonid Gokhberg,
Galina Kovaleva, and Valentina Polyakova

Information Society: Demand for the Information and Communication Technology by the Population in Russia / G. Abdrakhmanova, L. Gokhberg, G. Kovaleva et al.; National Research University Higher School of Economics. – Moscow : HSE, 2015.

The report summarises the results of a comprehensive study of the use of information and communication technology (ICT) by the population of Russia supported by the Ministry of Telecom and Mass Media of the Russian Federation. It offers international comparisons of key indicators.

The research is based on the results of the federal statistical surveys on the ICT use by population and on households budgets; for international comparisons data is provided by the Eurostat.

The publication also incorporates the results of the project “Monitoring Survey of Innovative Behaviour of the Population” implemented within the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics.

.....
Аналитический доклад подготовлен по результатам научно-исследовательской работы «Разработка методологии, совершенствование механизма статистического наблюдения, сбор данных, расчет показателей развития информационного общества в соответствии с методологией международных организаций и разработка рекомендаций для повышения места России в международных рейтингах развития информационного общества», реализованной НИУ ВШЭ в соответствии с государственным контрактом от 30 декабря 2013 г. № 0411/170.

*Издание подготовлено при поддержке Программы
«Фонд развития прикладных исследований» Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики».*

ISBN 978-5-7598-1273-9

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2015
При перепечатке ссылка обязательна



Содержание

Список таблиц и рисунков.....	5
Список сокращений	10
Резюме.....	11
Введение	13
ГЛАВА 1. Использование персональных компьютеров	15
1.1. Использование персональных компьютеров в домашних хозяйствах.....	15
1.2. Частота использования персональных компьютеров населением.....	18
1.3. Места использования персональных компьютеров населением.....	20
1.4. Компьютерные навыки населения.....	23
1.5. Профессиональная занятость в сфере ИКТ	26
ГЛАВА 2. Использование Интернета.....	29
2.1. Использование Интернета в домашних хозяйствах	29
2.2. Частота использования Интернета населением	31
2.3. Места использования Интернета населением.....	34
2.4. Использование Интернета с мобильных устройств	37
ГЛАВА 3. Поведенческие характеристики населения при использовании Интернета	41
3.1. Цели использования Интернета.....	41
3.2. Влияние Интернета на повседневную жизнь.....	45
3.3. Факторы, сдерживающие использование Интернета населением.....	46
ГЛАВА 4. Информационная безопасность	49
4.1. Восприятие населением угроз информационной безопасности	49
4.2. Использование средств защиты информации населением	52

ГЛАВА 5. Электронная торговля.....	55
5.1. Использование Интернета в коммерческих целях	55
5.2. Товары и услуги, приобретаемые в Интернете	57
5.3. Способы оплаты и география онлайн-покупок	60
5.4. Факторы, сдерживающие развитие электронной торговли	63
ГЛАВА 6. Электронное правительство	65
6.1. Взаимодействие населения с органами государственной власти и местного самоуправления	65
6.2. Онлайн-взаимодействие населения с органами государственной власти и местного самоуправления	67
6.3. Государственные и муниципальные услуги, получаемые в электронном виде	70
6.4. Факторы, сдерживающие развитие электронных услуг	73
Методические комментарии	75
Список использованной литературы	77
Приложение.....	79
1. Использование персональных компьютеров населением: 2013	81
2. Использование Интернета населением: 2013	85
3. Поведенческие характеристики населения при использовании Интернета: 2013.....	88
4. Информационная безопасность: 2013	93
5. Электронная торговля: 2013.....	96
6. Электронное правительство: 2013	103



Список таблиц и рисунков

Табл. 1.1.	Места использования персональных компьютеров населением: 2013.....	20
Табл. 1.2.	Занятое население, имеющее среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ: 2012.....	26
Табл. 2.1.	Места использования Интернета населением: 2013.....	35
Табл. 2.2.	Использование населением мобильных устройств для выхода в Интернет: 2013.....	38
Табл. 3.1.	Цели использования Интернета населением по полу и возрастным группам: 2013.....	43
Табл. 5.1.	Специфика товарных предпочтений пользователей Интернета: 2013.....	58
Табл. 5.2.	Способы оплаты онлайн-покупок: 2013.....	61
Табл. 6.1.	Население, получающее государственные и муниципальные услуги в электронном виде, по полу и возрастным группам: 2013.....	72
* * *		
Рис. 1.1.	Домашние хозяйства, имеющие персональные компьютеры.....	15
Рис. 1.2.	Домашние хозяйства, имеющие персональные компьютеры, по уровню дохода: 2013.....	16
Рис. 1.3.	Домашние хозяйства с детьми, имеющие персональные компьютеры: 2013.....	17
Рис. 1.4.	Домашние хозяйства, имеющие персональные компьютеры, по странам: 2013.....	17
Рис. 1.5.	Частота использования персональных компьютеров населением: 2013.....	18
Рис. 1.6.	Частота использования персональных компьютеров населением по странам: 2013.....	19
Рис. 1.7.	Использование персональных компьютеров населением дома по странам.....	21
Рис. 1.8.	Использование персональных компьютеров населением на работе по странам.....	21

Рис. 1.9.	Использование персональных компьютеров населением по месту учебы по странам	22
Рис. 1.10.	Использование персональных компьютеров населением у друзей, знакомых по странам	23
Рис. 1.11.	Навыки работы на персональном компьютере: 2013	24
Рис. 1.12.	Уровень компьютерных навыков населения: 2013.....	25
Рис. 1.13.	Компьютерные навыки населения по уровням образования: 2013	25
Рис. 1.14.	Профессиональная структура занятого населения, имеющего среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ: 2012	26
Рис. 1.15.	Профессиональная структура занятого населения, имеющего среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ, по возрастным группам: 2012	27
Рис. 1.16.	Возрастная структура занятого населения, имеющего среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ, по сферам деятельности: 2012	27
Рис. 2.1.	Домашние хозяйства, имеющие доступ к Интернету	29
Рис. 2.2.	Домашние хозяйства, имеющие доступ к Интернету, по уровню дохода: 2013	30
Рис. 2.3.	Домашние хозяйства с детьми, имеющие доступ к Интернету: 2013	30
Рис. 2.4.	Домашние хозяйства, имеющие доступ к Интернету, по странам: 2013.....	31
Рис. 2.5.	Использование Интернета населением: 2013	32
Рис. 2.6.	Частота использования Интернета населением: 2013	33
Рис. 2.7.	Использование Интернета населением по странам: 2013	33
Рис. 2.8.	Частота использования Интернета населением по странам: 2013	34
Рис. 2.9.	Использование Интернета населением дома по странам: 2013	35
Рис. 2.10.	Использование Интернета населением на работе по странам: 2013	36
Рис. 2.11.	Использование Интернета населением по месту учебы по странам: 2013	37
Рис. 2.12.	Использование населением портативных компьютеров для выхода в Интернет через сети сотовой связи по странам	39
Рис. 2.13.	Использование населением портативных компьютеров для выхода в Интернет через сети беспроводной связи по странам.....	39
Рис. 3.1.	Цели использования Интернета населением: 2013.....	44

Рис. 3.2.	Оценка населением влияния Интернета на повседневную жизнь: 2013	45
Рис. 3.3.	Оценка населением влияния Интернета на повседневную жизнь по частоте использования сети: 2013.....	46
Рис. 3.4.	Причины отказа от использования Интернета: 2013.....	47
Рис. 3.5.	Причины отказа от использования Интернета по возрастным группам населения: 2013	47
Рис. 4.1.	Столкновение с угрозами информационной безопасности: 2013.....	50
Рис. 4.2.	Угрозы информационной безопасности по видам: 2013	50
Рис. 4.3.	Угрозы информационной безопасности по странам	51
Рис. 4.4.	Применение средств защиты информации: 2013	53
Рис. 4.5.	Применение средств защиты информации по видам: 2013	53
Рис. 4.6.	Использование средств защиты информации по странам	54
Рис. 5.1.	Приобретение, заказ товаров и услуг через Интернет: 2013	56
Рис. 5.2.	Приобретение, заказ товаров и услуг через Интернет по странам: 2013	56
Рис. 5.3.	Распространенность покупок через Интернет по возрастным группам населения: 2013	57
Рис. 5.4.	Приобретение, заказ товаров и услуг через Интернет по видам: 2013	59
Рис. 5.5.	Способы оплаты онлайн-покупок по видам: 2013	60
Рис. 5.6.	Распределение онлайн-покупок по регионам: 2013	62
Рис. 5.7.	Региональные предпочтения для совершения онлайн-покупок: 2013	62
Рис. 5.8.	Причины отказа от совершения покупок в Интернете: 2013	63
Рис. 6.1.	Способы взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления: 2013.....	66
Рис. 6.2.	Взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления в электронной форме: 2013	66
Рис. 6.3.	Онлайн-взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления по видам: 2013	67
Рис. 6.4.	Получение информации на сайтах и порталах госуслуг по странам: 2013.....	68
Рис. 6.5.	Скачивание форм с сайтов органов власти по странам: 2013.....	69
Рис. 6.6.	Отправка заполненных форм на сайты органов власти по странам: 2013.....	69
Рис. 6.7.	Онлайн-взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления по частоте использования Интернета: 2013.....	70

Рис. 6.8. Государственные и муниципальные услуги, получаемые в электронном виде: 2013	71
Рис. 6.9. Проблемы при использовании порталов государственных и муниципальных услуг: 2013	73
Рис. 6.10. Барьеры для получения государственных и муниципальных услуг в электронном виде: 2013	74

СПИСОК ТАБЛИЦ ПРИЛОЖЕНИЯ

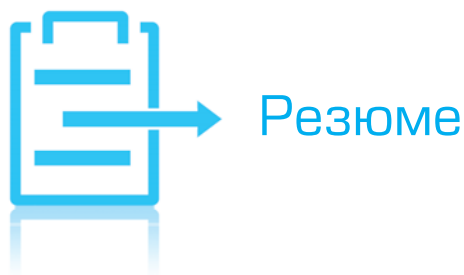
1. Использование персональных компьютеров населением: 2013	81
Частота использования персонального компьютера (дома, на работе или в любом другом месте)	81
Места использования персонального компьютера.....	82
Навыки работы на персональном компьютере.....	83
2. Использование Интернета населением: 2013	85
Частота использования Интернета (дома, на работе или в любом другом месте).....	85
Места использования Интернета	86
Использование мобильных устройств для выхода в Интернет	87
3. Поведенческие характеристики населения при использовании Интернета: 2013.....	88
Цели использования Интернета.....	88
Оценка влияния Интернета на повседневную жизнь.....	91
Причины отказа от использования Интернета	92
4. Информационная безопасность: 2013	93
Угрозы информационной безопасности	93
Применение средств защиты информации по видам	94
Причины отказа от использования Интернета, связанные с соображениями безопасности	95
5. Электронная торговля: 2013	96
Частота покупок (заказов) товаров (услуг) через Интернет	96
География онлайн-покупок	97
Приобретение товаров (услуг) через Интернет	98
Способы оплаты товаров (услуг), заказанных по Интернету.....	101
Причины отказа от электронной торговли	102
6. Электронное правительство: 2013	103
Взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления и поставщиками государственных и муниципальных услуг	103
Виды государственных и муниципальных услуг, полученные через официальные веб-сайты и порталы государственных и муниципальных услуг	104

Использование официальных веб-сайтов и порталов государственных и муниципальных услуг при взаимодействии с органами государственной власти и местного самоуправления	114
Проблемы при использовании официальных веб-сайтов и порталов государственных и муниципальных услуг	115
Уровень удовлетворенности качеством предоставленных государственных и муниципальных услуг в электронном виде	116
Факторы, сдерживающие использование Интернета для получения государственных и муниципальных услуг	117
Население, зарегистрированное на Едином портале государственных и муниципальных услуг, региональных порталах государственных и муниципальных услуг	119
Население, имеющее личную электронную подпись, необходимую для получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме	119



Список сокращений

Госуслуги	Государственные и муниципальные услуги
Евростат	Статистическая служба Европейского союза
ЕС	Европейский союз
ИКТ	Информационные и коммуникационные технологии
ИСИЭЗ	Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ
Минкомсвязь России	Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации
МСЭ	Международный союз электросвязи (International Telecommunication Union – ITU)
НИУ ВШЭ	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
ОЭСР	Организация экономического развития и сотрудничества
Росстат	Федеральная служба государственной статистики
СНГ	Содружество Независимых Государств



Процессы распространения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в обществе и их освоения населением России происходят сегодня крайне неравномерно. С одной стороны, активное использование персональных компьютеров и Интернета различными социальными слоями указывает на то, что соответствующие практики становятся неотъемлемым атрибутом образа жизни подавляющей части россиян. За последний год их применяли около двух третей населения в возрасте 15–72 лет, причем более половины (61%) выходили в сеть не реже одного раза в неделю, а каждый третий (31%) – с мобильных устройств.

С другой стороны, далеко не для всех пользователей ИКТ открывают «окно» в виртуальную реальность. Общий уровень вовлеченности в Интернет-практики остается в России невысоким. Наиболее востребованные сегодня функции глобальной сети – коммуникационная, информационная и развлекательная. Так, 40% респондентов за последние три месяца проводили время в социальных сетях, 32% – скачивали фильмы, изображения, музыку, смотрели видео, прослушивали музыку/радио, 26% – отправляли/получали электронную почту, 24% – искали информацию о товарах и услугах, осуществляли телефонные или видеозвонки, 23% – искали справочную информацию в Википедии и на других ресурсах, 21% – играли в компьютерные игры или скачивали их. Также достаточно популярными оказались Интернет-порталы для получения государственных и муниципальных услуг. Среди россиян, которые в той или иной форме взаимодействовали с органами власти и поставщиками государственных и муниципальных услуг, доля пользователей порталов электронного правительства достигает 31%. Другие возможности Интернета, предполагающие совершение комплексных операций или получение каких-либо реальных или квазиреальных объектов (товаров или услуг, документов и др.), реализуются пока довольно слабо: за последние 12 месяцев покупали или заказывали какие-либо товары/услуги в Интернете только 15% населения (или каждый пятый представитель его годовой аудитории); финансовые операции онлайн осуществляли лишь 6% россиян.

Низкий уровень проникновения Интернет-практик, необходимых для свободной работы в сети, обусловлен в первую очередь социальными и культурными барьерами. Так, например, около половины респондентов, не совершающих покупки в сети, мотивируют отказ от электронной торговли предпочтением более привычных им офлайн-каналов (52%). На необходимость личного общения при взаимодействии с органами государственной власти и местного самоуправления указывают почти две трети респондентов (63%), не пользующихся услугами электронного правительства. Вместе с тем действующая социальная и институциональная организация процесса взаимодействия с государственными структурами также может препятствовать освоению ИКТ широкими слоями населения. В частности, довольно распространенной причиной отказа от использования Интернет-каналов при получении государственных услуг в электронном виде является необходимость предоставления бумажных копий документов, заполняемых онлайн (17%). Другими словами, полного перехода к цифровому документообороту

пока не происходит, что для ряда пользователей ставит под сомнение целесообразность освоения соответствующих электронных сервисов.

Анализ использования компьютеров и Интернета отдельными социально-демографическими группами демонстрирует заметную неоднородность. Наиболее явные различия связаны с возрастной принадлежностью. Если среди населения в возрасте 15–54 лет подобный вид деятельности характерен для большинства, то у россиян старшего возраста ситуация иная: среди респондентов в возрасте 55–64 лет за последние 12 месяцев компьютером пользовались только 39%, Интернетом – 37%; в возрасте 65–72 лет – лишь 17 и 15% соответственно. Уровень компьютерных навыков этих когорт также существенно ниже, чем у более молодых россиян. Если в группе опрошенных 65–72 лет 70% пользователей ограничиваются применением одной операции на компьютере, то среди молодежи 15–24 лет таких примерно вдвое меньше – 36%.

Каждой возрастной категории пользователей присущ свой тип поведения в Интернете. Среди молодежи доминирует коммуникативно-развлекательный стиль, отличающийся преобладанием практики общения в социальных сетях, причем почти две трети (64%) респондентов возрастной группы 15–24 лет используют для связи и выхода в глобальную сеть мобильные устройства. Именно эта группа является лидером в освоении информационных технологий. У населения 24–54 лет отмечается повышенная покупательская активность в Интернете, а также более интенсивное, чем у других, использование сервисов электронного правительства. Для аудитории в возрасте 55–64 лет особенно привлекательны коммуникативные и информационные возможности сети, прежде всего поиск справочной информации.

Важно отметить, что практически все пользователи глобальной сети стремятся сделать серфинг в ней максимально безопасным, используя для этого соответствующие средства защиты информации. Наиболее востребовано антивирусное программное обеспечение – его применяют 83% пользователей, которые выходили в сеть за последние 12 месяцев. Показатели распространения данной практики находятся примерно на том же уровне, что и в странах, лидирующих по проникновению Интернета среди населения (Исландии, Норвегии, Дании, Швеции, Люксембурге, Нидерландах, Финляндии).

Таким образом, исследование не только дает оценку масштаба распространения Интернета в обществе, но и выявляет основные проблемные зоны в процессах применения определенных практик. Полученные результаты могут быть полезны при разработке мероприятий, направленных на дальнейшее развитие ИКТ-инфраструктуры и вовлечение широких слоев населения в использование новых технологий взаимодействия.

Регулярный мониторинг освоения населением ИКТ позволит более точно анализировать тенденции трансформации моделей поведения, опосредованных распространением Интернета. При этом важно расширять фокус внимания: понимание социальных трендов в использовании ИКТ населением требует анализа творческой активности пользователей, а именно их участия в генерации и наполнении виртуального пространства контентом.



Введение

Развитие и распространение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) стало одним из первых глобальных вызовов современности, радикально изменивших облик окружающего мира. Невозможно представить современную жизнь без мобильных телефонов, компьютеров и Интернета, позволяющих мгновенно получать и передавать информацию, оставаться на связи в любой точке мира. Для повседневной жизни это означает погружение в новые формы коммуникации и потребления, начиная с ежедневного чтения новостей, поступающих из глобальной сети, и покупок различных товаров, заканчивая онлайн-взаимодействием с органами власти, дистанционным обучением и работой. Для общества и экономики распространение ИКТ связано с переходом к инновационной модели развития, принципиально иным формам организации бизнеса, основанным на управлении знаниями. Рост нематериального производства признан ключевым элементом информационной экономики [Porat, 1977]. Изменились принципы взаимодействия между производителем и потребителем, населением и властью. Информационные и коммуникационные технологии выступают сегодня одним из драйверов социального и экономического развития [ITU, 2014a].

Вместе с тем освоение различных Интернет-практик населением России отличается крайней неравномерностью. Это касается не только общей численности пользователей сетевых ресурсов, но и отдельных практик применения технологий электронного правительства, которые сегодня остаются скорее уделом меньшинства. Интернет пока не стал универсальным инструментом для основной массы населения, что оказывает принципиальное влияние на социально-экономическое развитие страны.

Исследование распространения Интернета призвано ответить на вопросы о степени и характере освоения отдельных навыков и практик. В рамках доклада будут проанализированы различные аспекты использования компьютеров и возможностей глобальной сети населением, которые позволят охарактеризовать глубину социальных изменений, связанных с ее внедрением в нашу жизнь.

Эмпирической основой исследования служат результаты выборочного обследования населения по вопросам использования информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, проведенного Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) в октябре 2013 г., а также обследования бюджетов домашних хозяйств Росстата. Для более глубокого анализа отдельных вопросов приводятся данные Мониторинга инновационного поведения населения, реализуемого Институтом статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ) при участии АНО «Центр Юрия Левады» в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, а также собственные разработки ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. По ключевым показателям на основе данных Евростата представлены международные сопоставления.

Доклад состоит из шести глав, каждая из которых раскрывает определенный аспект использования информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, а также степень освоения тех или иных возможностей населением, демон-

стрируя специфику предпочтений отдельных социально-демографических групп. Кроме того, анализируются основные барьеры расширения инновационных Интернет-практик.

В первой главе **«Использование персональных компьютеров»** приводится статистика оснащенности домашних хозяйств персональными компьютерами и их использования населением в возрасте 15–72 лет.

Вторая глава **«Использование Интернета»** содержит сведения о наличии доступа к Интернету в домашних хозяйствах и вовлеченности различных социальных групп в Интернет-практики, а также о распространении мобильного Интернета – относительно нового явления в информационно-коммуникационной среде.

В третьей главе **«Поведенческие характеристики населения при использовании Интернета»** анализируются основные цели выхода в сеть и их зависимость от социально-демографических факторов. Приводятся данные о восприятии населением влияния ИКТ на повседневную жизнь и причинах отказа от Интернета.

В четвертой главе **«Информационная безопасность»** раскрываются основные угрозы информационной безопасности, с которыми сталкивались россияне. Представлено описание средств защиты информации, применяемых для противодействия виртуальным угрозам.

Пятая глава **«Электронная коммерция»** посвящена практикам заказа товаров и услуг через Интернет. Рассматриваются методы оплаты и география покупок, основные виды товаров и услуг, которые приобретаются или заказываются в сети.

В шестой главе **«Электронное правительство»** описываются действия россиян при взаимодействии через Интернет с органами государственной власти и местного самоуправления и государственными (муниципальными) учреждениями; основные виды государственных и муниципальных услуг, получаемых в электронном виде, а также барьеры для осуществления такой практики.

Более подробные сведения об использовании ИКТ разными социально-демографическими группами (по типу населенного пункта, полу, возрастным группам, уровням образования) приводятся в **статистическом приложении**.

Надеемся, что настоящая публикация будет полезна и интересна для лиц, принимающих государственные решения, предпринимателей, социологов, экономистов, экспертов и исследователей, преподавателей и студентов обществоведческих специальностей, всех интересующихся вопросами развития сферы ИКТ, информационного общества и электронного правительства в России.



ГЛАВА 1

Использование персональных компьютеров

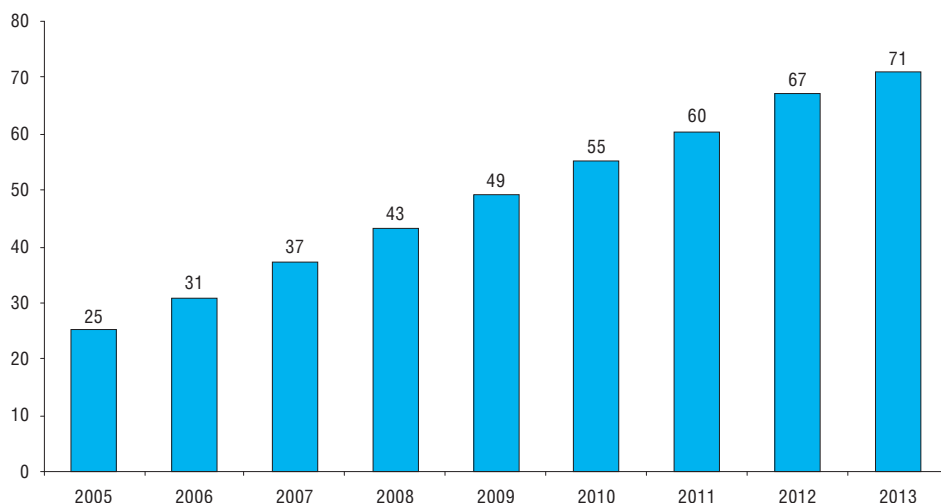
1.1

Использование персональных компьютеров в домашних хозяйствах

За последние несколько лет персональные компьютеры превратились из средства роскоши в обязательный атрибут домашней техники. По данным обследования бюджетов домашних хозяйств Росстата, если в 2005 г. их имели только четверть домашних хозяйств, то в 2013 г. – уже более двух третей (71%). При этом наблюдается тенденция замедления темпов ежегодного прироста семей – пользователей персональных компьютеров. В период 2005–2012 гг. число таких домашних хозяйств увеличилось в среднем на 6–7%. В 2013 г. интенсивность распространения компьютеров существенно снизилась и составила 4 процентных пункта (рис. 1.1).

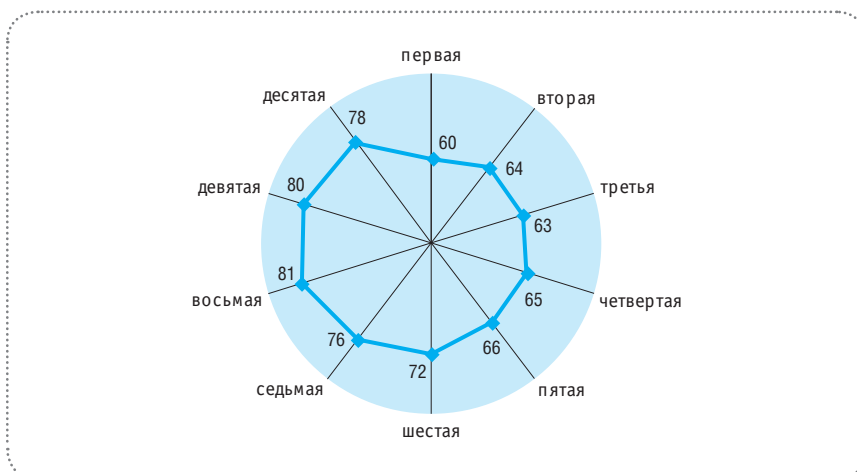
Причины замедления распространения компьютеров в домашних хозяйствах самые разные: нехватка навыков работы на компьютере; отсутствие потребности использования; развитие мобильных средств связи, позволяющих выполнять аналогичные операции, в том числе выход в Интернет, ранее возможный в основном только с персонального компьютера; финансовые ограничения.

Рис. 1.1. **Домашние хозяйства, имеющие персональные компьютеры**
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



Источник: Росстат.

Рис. 1.2. Домашние хозяйства, имеющие персональные компьютеры, по уровню дохода: 2013*
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



* По 10-процентным группам обследуемого населения: первая – с наименьшими располагаемыми ресурсами, десятая – с наибольшими.

Источник: Росстат.

Об актуальности финансовых ограничений в распространении компьютеров свидетельствуют данные о дифференциации масштабов их проникновения в домашние хозяйства по уровню дохода. В 2013 г. разрыв между этими показателями для семей с полярными значениями располагаемых ресурсов составил 1.4 раза (рис. 1.2).

Значимость недостатка денежных средств на покупку как фактора, сдерживающего распространение компьютеров, подтверждают и данные по их использованию в домашних хозяйствах с детьми: среди семей с одним, двумя детьми компьютер имеют 90%, с тремя – 84%, среди многодетных семей (четверо и более детей) – 75% (рис. 1.3). При этом по сравнению с 2012 г. вариация доступности компьютеров в домашних хозяйствах с детьми сократилась с 1.6 (86% среди семей с одним ребенком и 54% – с четырьмя и более детьми) до 1.2 раза.

Сохраняется ощутимый разрыв между уровнями распространения компьютеров в городских и сельских семьях – 76 и 58% соответственно. Такое положение обусловлено как инфраструктурными различиями территорий, так и дифференциацией размера доходов населения. Уровень располагаемых ресурсов (включая денежный доход, стоимость натуральных поступлений) в среднем на члена городского домашнего хозяйства в 1.7 раза выше аналогичного показателя в сельской местности¹.

Показатель доступности персональных компьютеров в домашних хозяйствах России почти на 10 процентных пунктов ниже аналогичных средних значений по странам ЕС и ОЭСР (соответственно 80%² и 77%³). Лидерство здесь принадлежит Исландии,

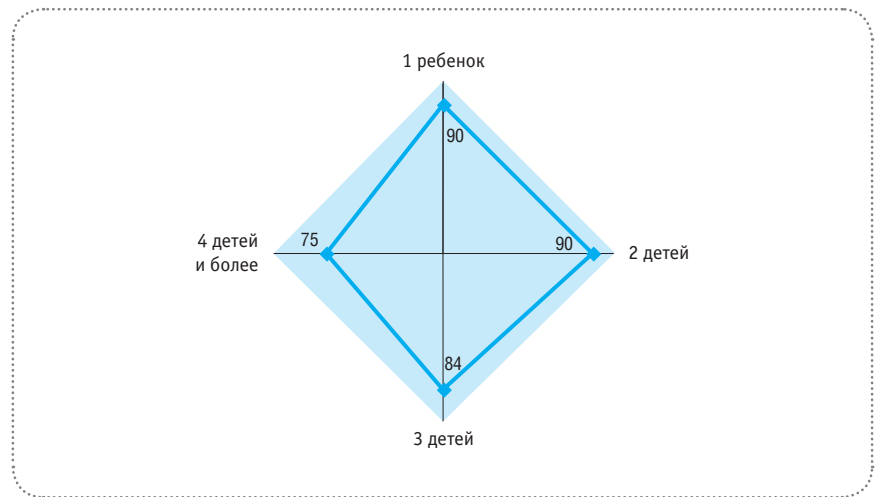
¹ По данным обследования бюджетов домашних хозяйств Росстата за IV квартал 2013 г.

² Данные за 2013 г.

³ Данные за 2011 г.

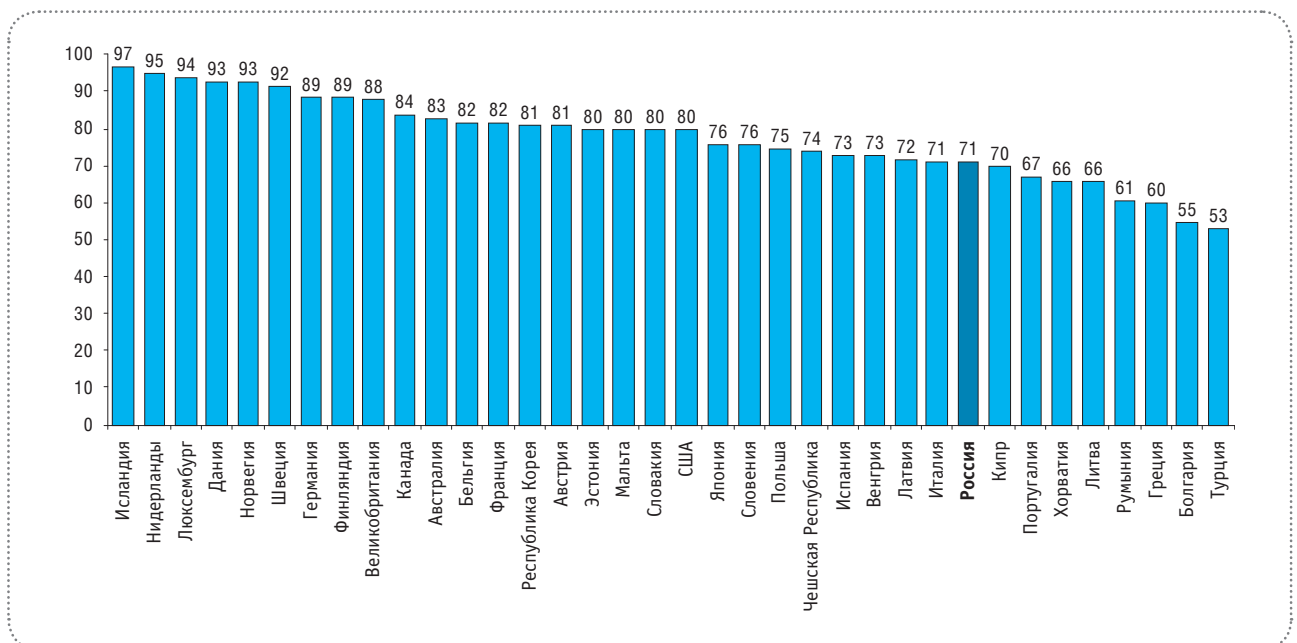
Нидерландам и Люксембургу (97–94%). Уровень использования компьютеров в российских семьях сопоставим с Италией (71%), немного ниже, чем в Латвии, Испании, Венгрии, Чешской Республике (72–74%) (рис. 1.4).

Рис. 1.3. Домашние хозяйства с детьми, имеющие персональные компьютеры: 2013
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



Источник: Росстат.

Рис. 1.4. Домашние хозяйства, имеющие персональные компьютеры, по странам: 2013
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – МСЭ.

1.2

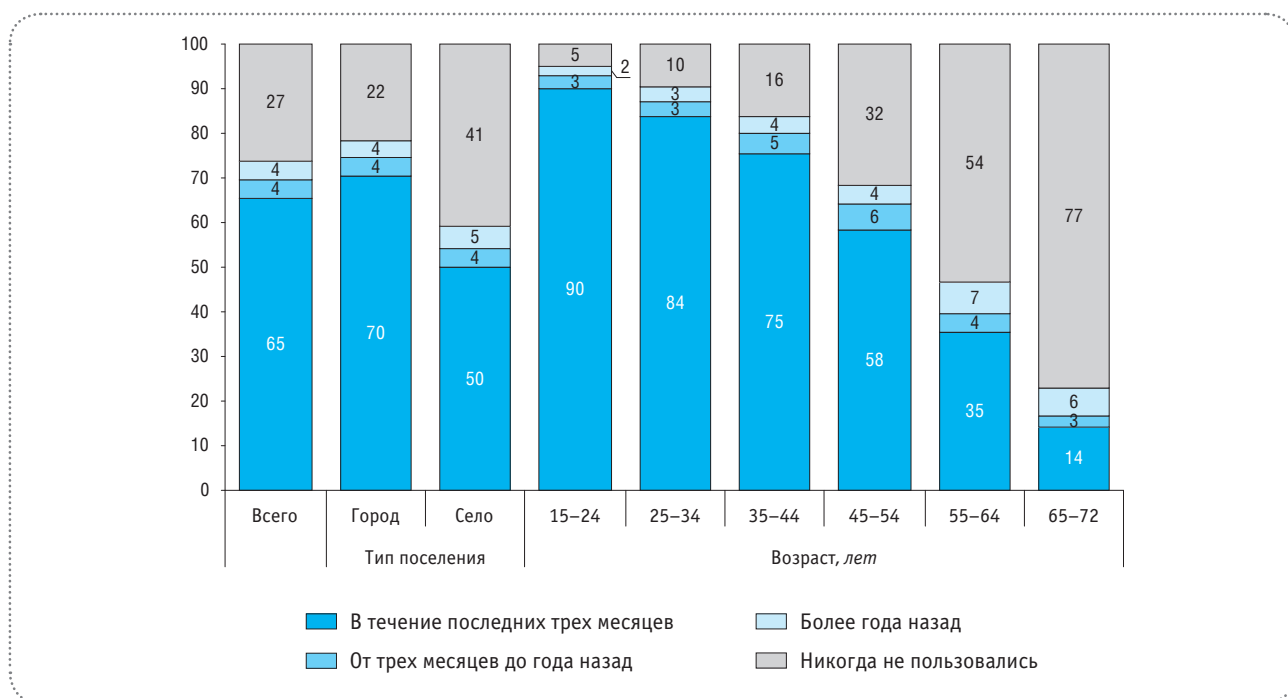
Частота использования персональных компьютеров населением

Еще сравнительно недавно лишь немногие жители России регулярно пользовались персональными компьютерами: в 1998 г. доля населения, работающего на компьютере каждый или почти каждый день, составляла всего 5%. К 2003 г. данный показатель вырос более чем вдвое – до 13%.

Именно в этот период появился технологический разрыв между поколениями. В начале 2000-х гг. сформировался стереотип, в соответствии с которым использование компьютера и других новых технологий стало восприниматься как неотъемлемый атрибут образа жизни молодежи, а также высокообразованного населения. К 2003 г. уже почти половина (45%) молодых россиян пользовались компьютерами хотя бы раз в неделю, что в два с лишним раза превышает показатель по всей выборке. Среди населения, имеющего высшее образование, соотношение было таким же [НИУ ВШЭ, 2014с].

За последнее десятилетие ситуация радикально изменилась. Сегодня работа на компьютере представляет собой массовое явление, и дифференциация по возрасту и уровню образования стала здесь менее выраженной. За предшествующие опросу 12 месяцев компьютер использовали более двух третей населения в возрасте 15–72 лет, причем абсолютное большинство из них (65% от общей численности опрошенных) – в течение последних трех месяцев. Вместе с тем заметная доля россиян (27%) не имеют подобного опыта. По-прежнему крайне слабо вовлечено в эту практику старшее поколение: в возрастной группе 55–64 лет компьютерами пользовались менее половины опрошенных, 65–72 лет – всего 23% (рис. 1.5).

Рис. 1.5. Частота использования персональных компьютеров населением: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



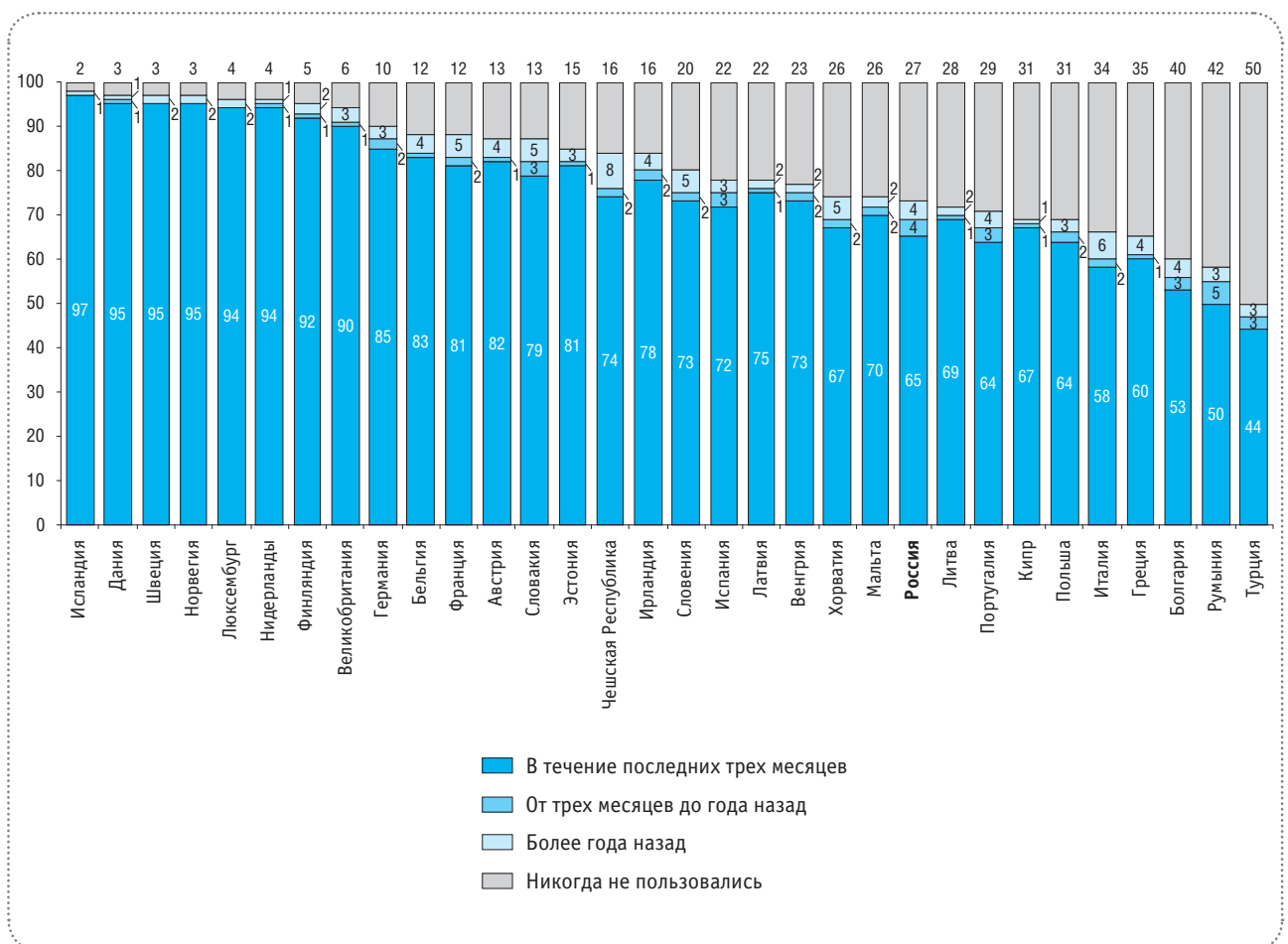
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Такая ситуация может быть объяснена множеством причин: это и консерватизм и нежелание использовать современное оборудование, и отсутствие финансовых возможностей для приобретения даже самого недорогого компьютера.

Стоит отметить, что компьютер до сих пор является атрибутом преимущественно городского образа жизни – уровень компьютеризации населения сельской местности заметно ниже (рис. 1.5).

В межстрановом контексте масштабы распространения рассматриваемой практики в России сопоставимы с показателями Литвы, Польши и отдельных стран Южной Европы (Хорватии, Мальты, Португалии, Кипра); отставание от стран-лидеров составляет примерно полтора раза (рис. 1.6).

Рис. 1.6. Частота использования персональных компьютеров населением по странам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

1.3

Места использования персональных компьютеров населением

Персональный компьютер прочно вошел в домашний обиход: большинство респондентов (60%) в течение последних трех месяцев пользовались им именно дома. Практика работы на домашнем компьютере преобладает среди горожан и респондентов в возрасте 15–44 лет (табл. 1.1) – аналогично ситуации с использованием компьютеров в целом.

Доля респондентов, пользовавшихся компьютером на работе, втрое ниже (21%). Использование компьютеров является в основном прерогативой работников с высшим и послевузовским образованием (60 и 70% соответственно).

На первых этапах освоения информационных технологий структура по местам их использования выглядела совершенно иначе. Статистические измерения за 2003 г. показали примерно одинаковые доли пользователей компьютеров дома и на работе (9 и 11% соответственно) [ГУ–ВШЭ, 2007].

В настоящее время обучение компьютерным навыкам включено в школьную программу, активно практикуется в других образовательных учреждениях. Так, среди молодых респондентов (15–22 лет) доля использовавших компьютер по месту учебы за последние три месяца составляет 34%, у друзей или знакомых – 16% (против 1–7% в остальных возрастных группах).

Несмотря на то, что сегодня значительная часть российского населения используют компьютеры дома, по распространенности данного явления наша страна еще заметно отстает от большинства европейских государств, находясь на одном уровне с Австрией, Испанией, Польшей, Литвой и опережая ряд южноевропейских стран, а также Болгарию и Румынию (рис. 1.7).

Табл. 1.1. Места использования персональных компьютеров населением: 2013⁴

(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

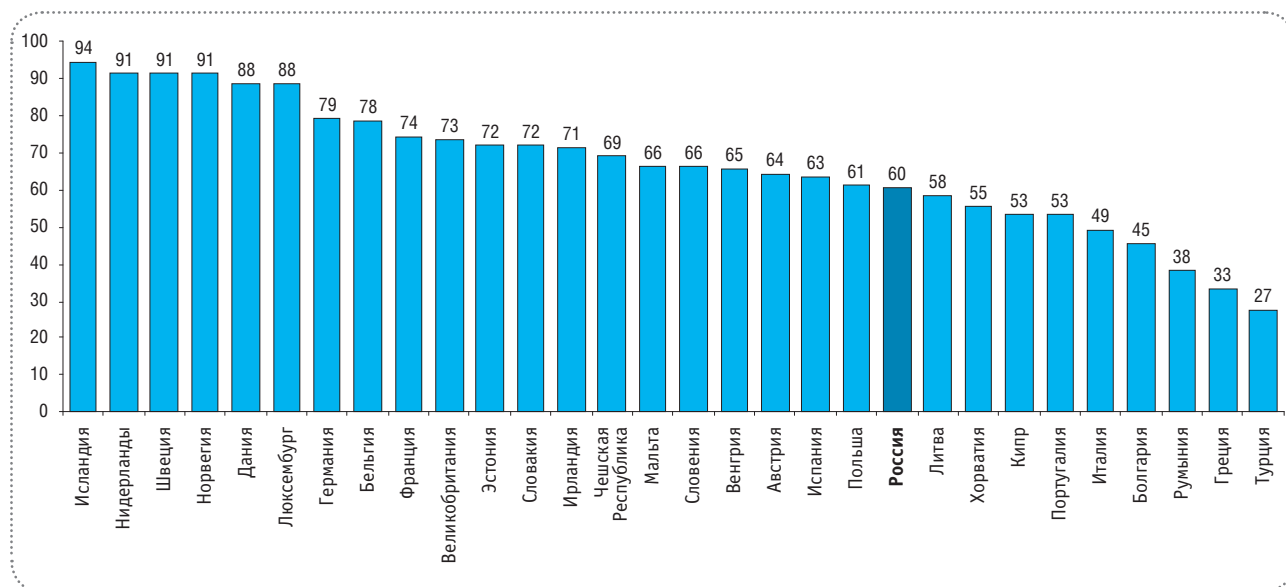
	Всего	Тип поселения		Возраст, лет					
		Город	Село	15–22	23–34	35–44	45–54	55–64	65–72
Дома	60	66	43	82	78	71	53	31	13
На работе	21	24	12	8	30	28	24	12	3
По месту учебы	5	5	4	34	2	0	0	0	0
У друзей, знакомых	5	5	4	16	7	3	1	1	1
Другие места	3	4	2	8	5	2	1	1	0

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

⁴ Здесь и далее в разделе приведены доли респондентов, которые пользовались персональными компьютерами в указанных местах за последние три месяца.

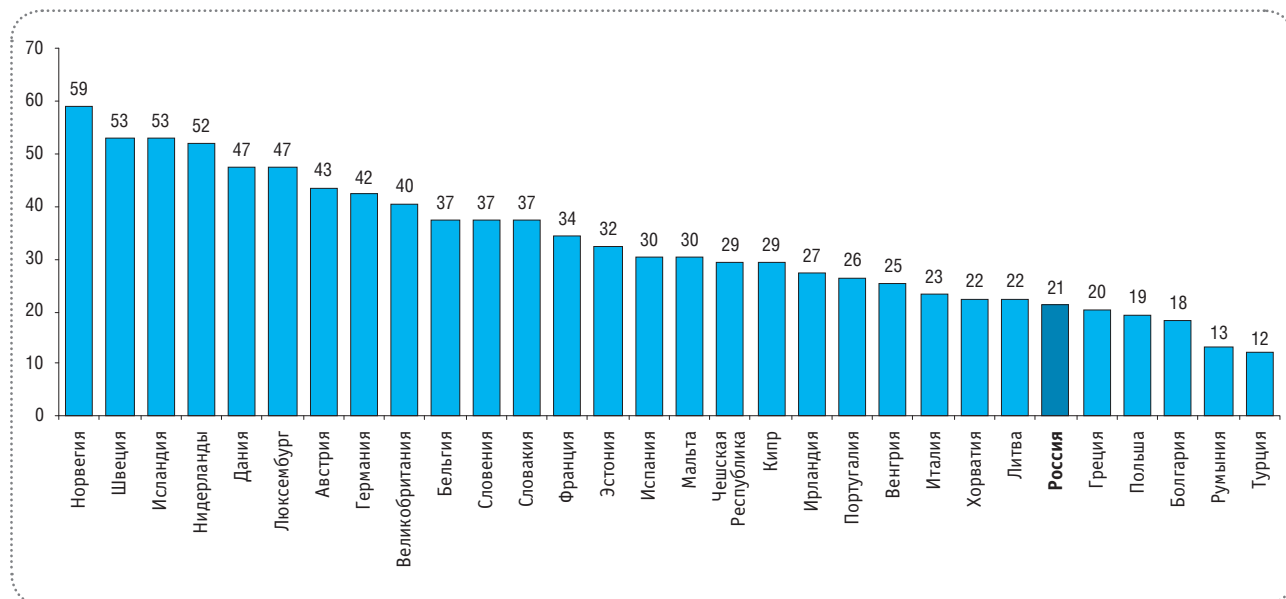
В отношении использования компьютеров на рабочем месте оставание еще более существенное (рис. 1.8). В рейтинге по этому показателю Россия соседствует с Италией, Хорватией, Грецией, Польшей, Болгарией и Литвой.

Рис. 1.7. **Использование персональных компьютеров населением дома по странам***
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



* Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2011 г. или ближайшие годы, по которым имеются данные.
Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 1.8. **Использование персональных компьютеров населением на работе по странам***
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



* Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2011 г. или ближайшие годы, по которым имеются данные.
Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

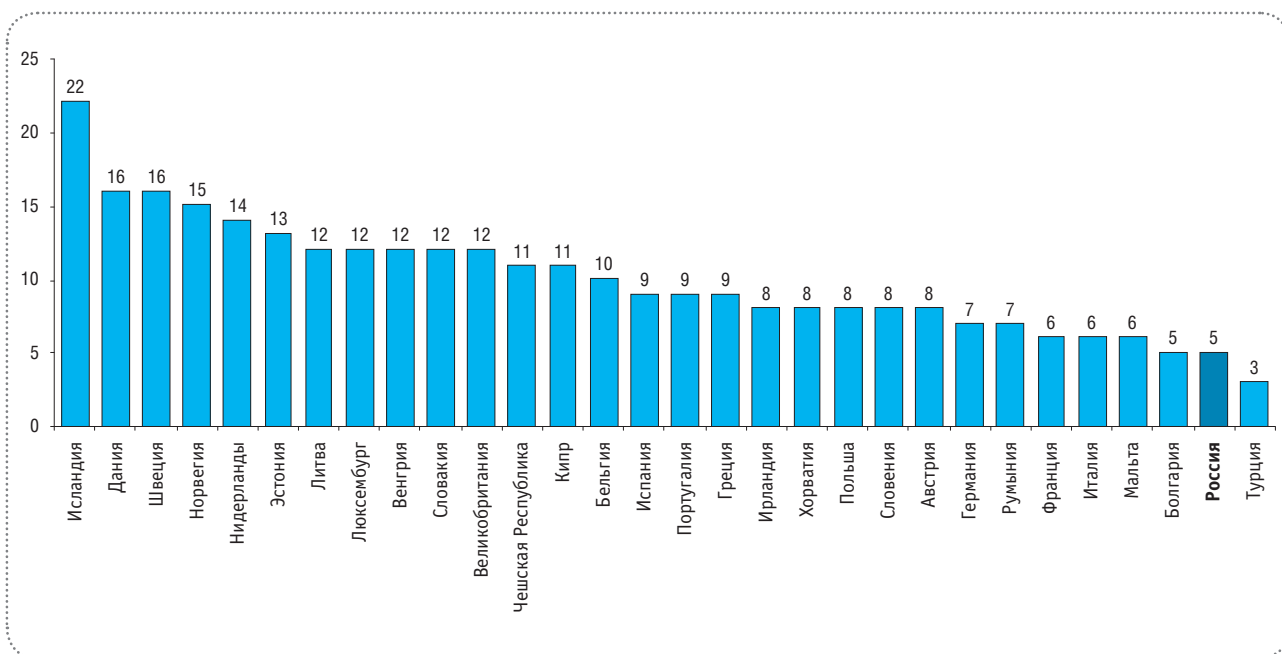
Аналогичная тенденция наблюдается в отношении использования персональных компьютеров работниками организаций.

По доле работников организаций предпринимательского сектора, использующих персональные компьютеры, Россия находится в одном ряду с Румынией и Португалией. Значения показателей по России в 1.5–2 раза ниже, чем у Финляндии, Норвегии, Нидерландов, Бельгии, Великобритании, Франции, Ирландии, Словении и Испании [НИУ ВШЭ, 2014а].

Показатели использования компьютеров в учреждениях образования в России также ниже, чем в европейских странах – лидерах в сфере ИКТ (рис. 1.9).

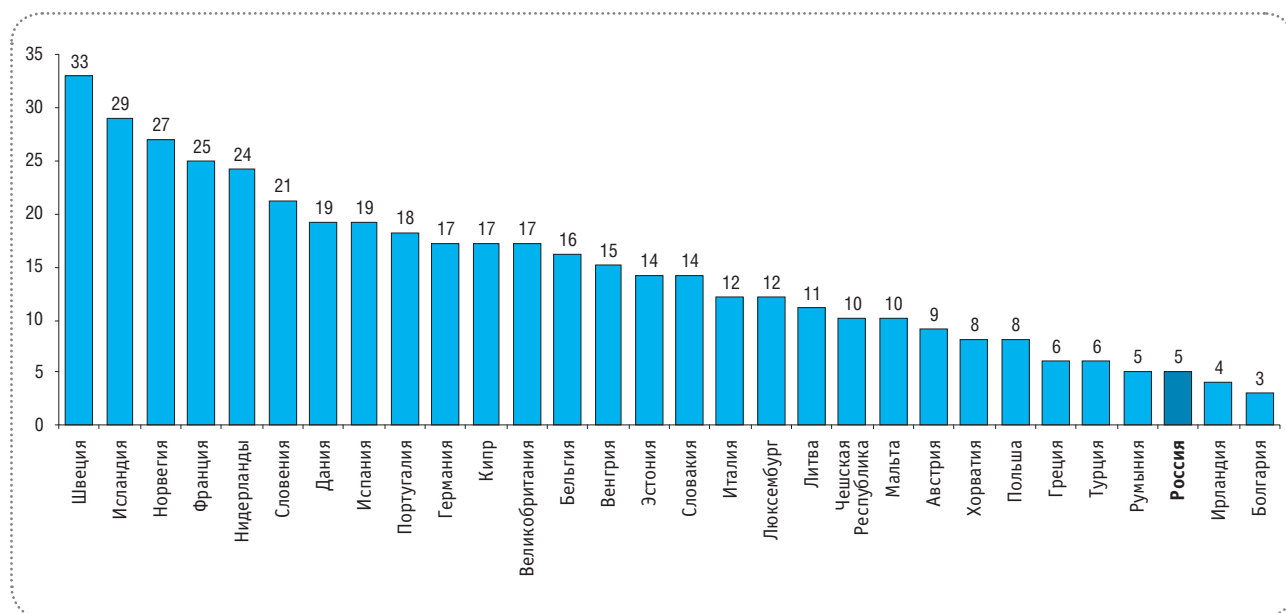
В европейских странах гораздо шире, чем в России, практикуется использование компьютеров у друзей или знакомых (рис. 1.10), что связано с более интенсивным распространением домашних компьютеров (коэффициент корреляции Пирсона составляет 0.709 на уровне значимости 0.01).

Рис. 1.9. Использование персональных компьютеров населением по месту учебы по странам*
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



* Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2011 г. или ближайшие годы, по которым имеются данные.
Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 1.10. **Использование персональных компьютеров населением у друзей, знакомых по странам***
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



* Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2011 г. или ближайшие годы, по которым имеются данные.
Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

1.4 Компьютерные навыки населения

Сегодня высокий уровень компьютерной грамотности населения – одно из ключевых условий успешного экономического и социального развития страны. Совершенствование ИКТ-знаний и навыков способствует повышению эффективности выполняемой работы, развитию коммуникации, социализации, внедрению новых форм образования, обеспечению доступа к различным видам информации и получению услуг.

Навыки поиска информации, работы с текстовым редактором и т.п. необходимы для получения государственных услуг в электронном виде. Граждане, не способные выполнять подобные действия, вынуждены неоднократно посещать госучреждения и ожидать в длительных очередях, в то время как через портал соответствующие услуги могут быть оказаны с наименьшими издержками. В повседневной жизни крайне полезным оказывается умение передавать файлы между компьютером и периферическими устройствами (мобильным телефоном, фотоаппаратом и др.).

Компьютерная грамотность служит основным элементом и необходимым условием эффективного взаимодействия с новейшими технологиями. Умение выполнять базовые операции позволяет легче осваивать более сложные ИКТ-практики.

В рамках Мониторинга инновационного поведения населения была выявлена тесная корреляция уровней навыков использования компьютеров и применения Интернета, а, соответственно, и спроса на услуги, предоставляемые в электронном виде. Респонденты с высокими показателями компьютерной компетентности чаще используют Интернет для взаимодействия с органами государственной

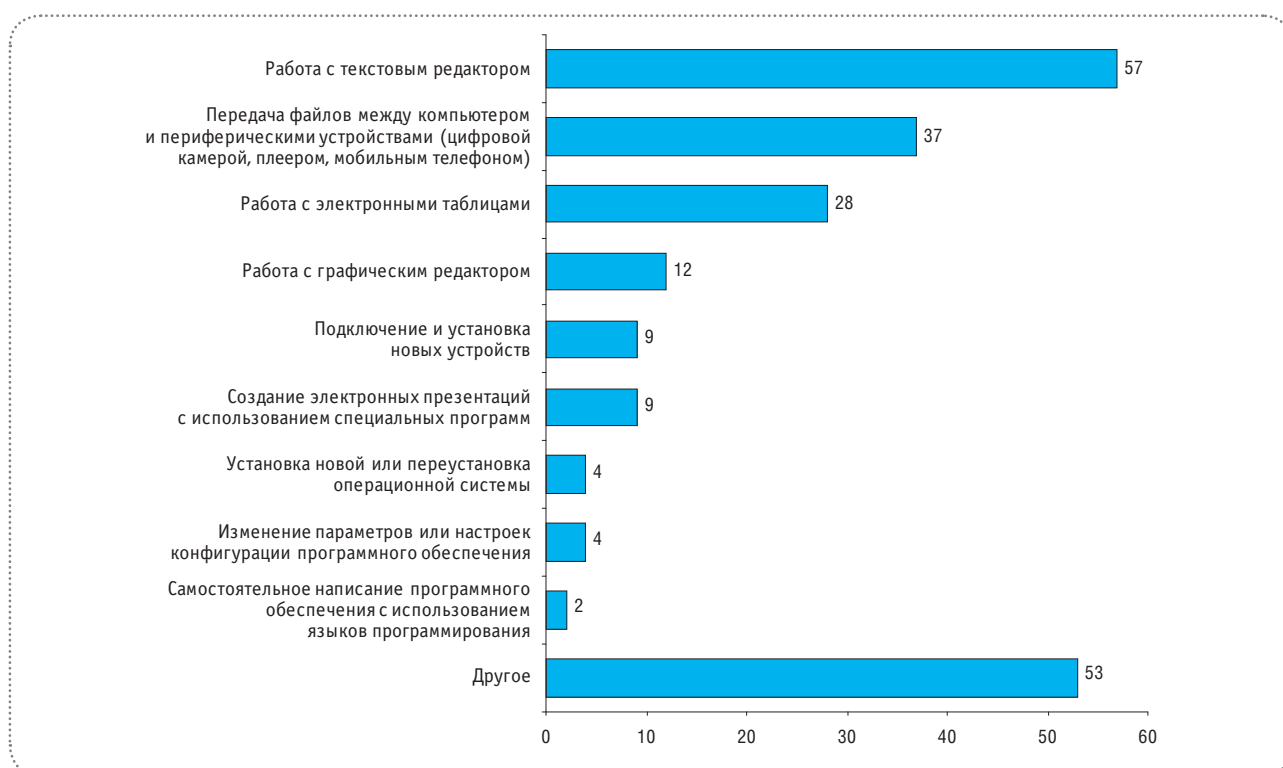
власти и местного самоуправления, совершают онлайн-покупки и т.д.⁵ [НИУ ВШЭ, 2014b].

Рассмотрим подробнее наиболее распространенные виды компьютерных операций.

Работа с текстовым редактором – самая востребованная сегодня компьютерная практика: за последние 12 месяцев к ней прибегали 57% пользователей в возрасте 15–72 лет (рис. 1.11). Еще 37% респондентов имели опыт передачи файлов между компьютером и периферическими устройствами, 28% – работали с электронными таблицами. Прочие виды операций распространены в меньшей степени.

В соответствии с уровнем распространенности компьютеров в разных социально-демографических группах различается и подход к их использованию. Так, городские жители и молодежь используют большее количество компьютерных операций, чем соответственно сельское население и представители старших возрастных когорт (рис. 1.12). Например, значительная часть пользователей, проживающих в сельской местности (59%), осуществляют только один вид действий. Аналогичная модель поведения характерна для пользователей в возрасте 55–72 лет, причем среди группы 65–72 лет таких абсолютное большинство (71%).

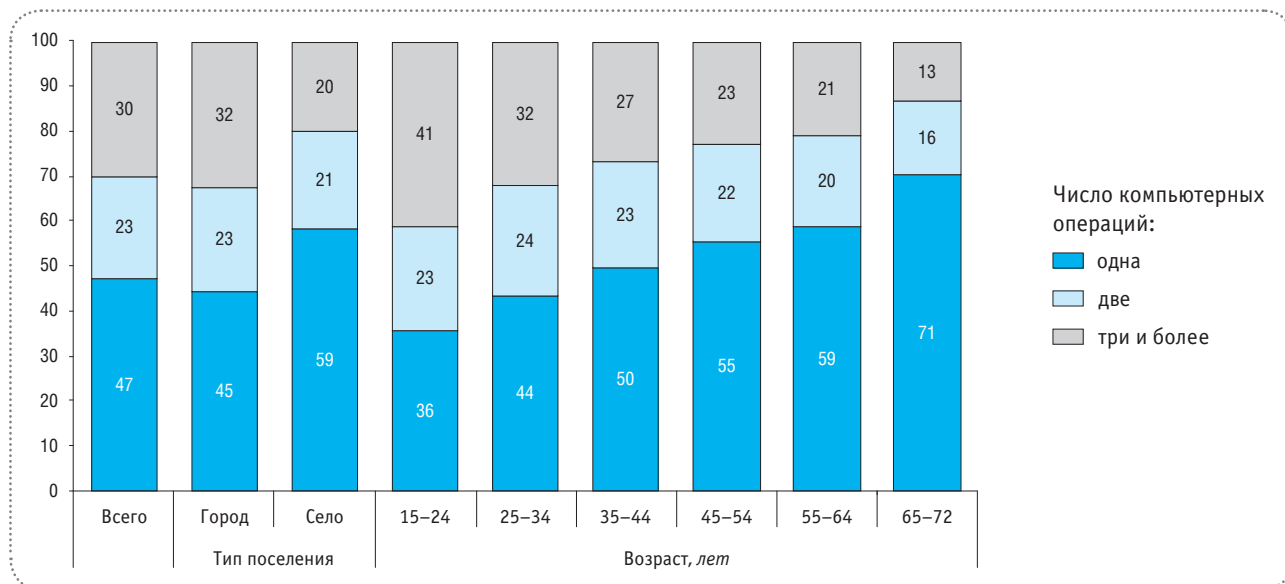
Рис. 1.11. Навыки работы на персональном компьютере: 2013
(в процентах от численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося персональными компьютерами за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

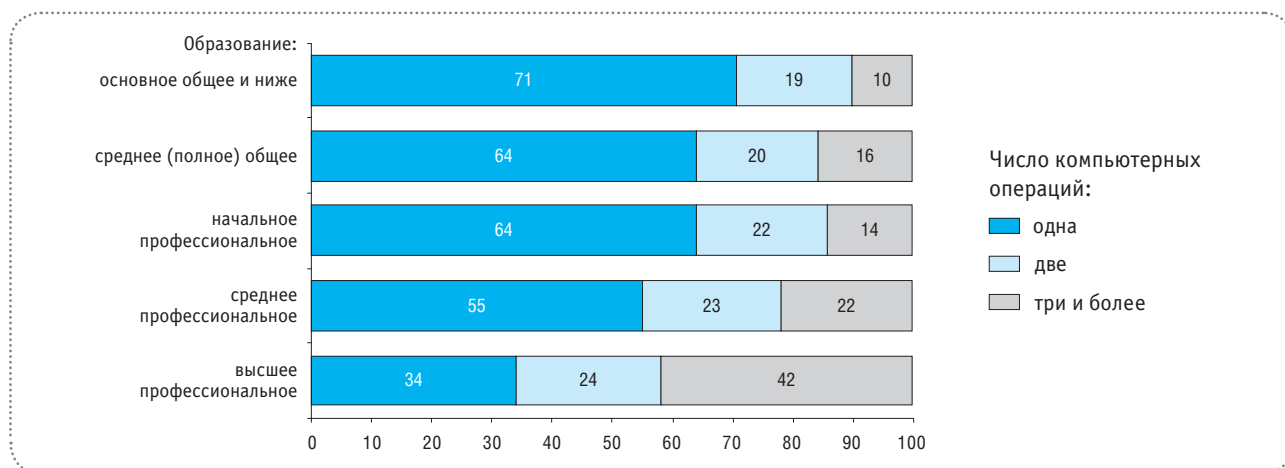
⁵ Подробнее см. в гл. 3, 5, 6.

Рис. 1.12. Уровень компьютерных навыков населения: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося персональными компьютерами за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 1.13. Компьютерные навыки населения по уровням образования: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 23–72 лет, пользовавшегося персональными компьютерами за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Наблюдается также прямая зависимость интенсивности использования компьютеров от уровня образования: с его ростом у взрослого населения повышается разнообразие операций, выполняемых на компьютере (рис. 1.13). Если среди пользователей в возрасте 23–72 лет, имеющих основное общее образование или ниже, более двух третей задействовали за последние 12 месяцев только один вид навыка, то среди респондентов с высшим образованием таких меньшинство (34%), а 42% – выполняли более двух действий на компьютере.

1.5
Профессиональная занятость в сфере ИКТ

Наиболее «продвинутые» пользователи ИКТ, в частности персональных компьютеров, – это выпускники учреждений среднего профессионального, высшего образования по специальностям, связанным с ИКТ. По данным обследований рабочей силы Росстата, в 2012 г. их насчитывалось около 2 млн человек, что составляет 2.6% общей численности занятого населения страны. Более трети из них – молодежь в возрасте до 30 лет, 27% входят в возрастную группу 30–39 лет, 19% – 40–49 лет, 15% – 50–59 лет (табл. 1.2).

В структуре рассматриваемой категории работников по полученным ими ИКТ-специальностям половина – специалисты в области информатики и вычислительной техники, более трети – электронной и радиотехники, 3% – информационной безопасности, десятая часть – прикладной (отраслевой) информатики (рис. 1.14).

Возрастные группы дипломированных ИКТ-специалистов существенно различаются по профессиональной структуре. Так, в возрасте до 30 лет преобладают специалисты в области информатики и вычислительной техники, среди старшего поколения – электронной и радиотехники (рис. 1.15, 1.16.).

Табл. 1.2. Занятое население, имеющее среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ: 2012
(в среднем за год)

	Всего (15–72 лет)	В том числе по возрастным группам, лет				
		15–29	30–39	40–49	50–59	60–72
Всего, тыс. чел.	1875.7	652.9	513.0	360.7	289.5	59.7
В процентах от общей численности занятых по соответствующей возрастной группе	2.6	3.9	2.8	2.1	1.8	1.8
В процентах к итогу	100	34.8	27.3	19.2	15.4	3.3

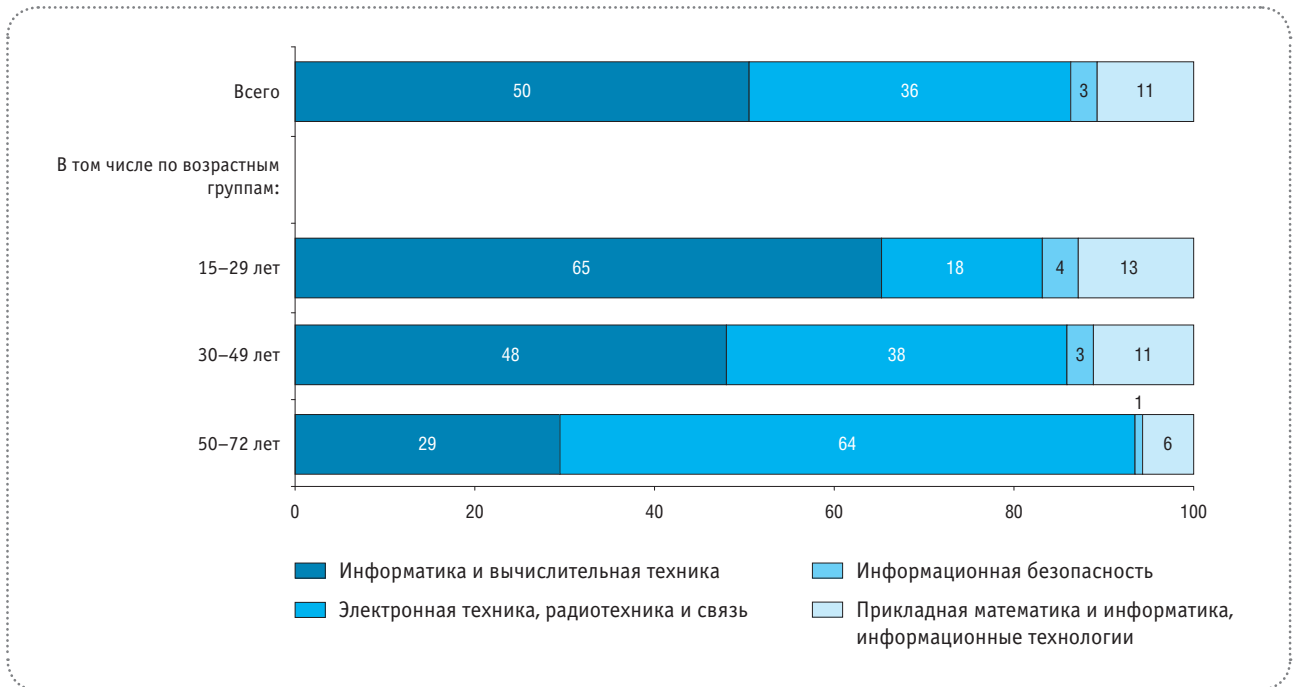
Источник: [НИУ ВШЭ, 2014а].

Рис. 1.14. Профессиональная структура занятого населения, имеющего среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ: 2012*
(в среднем за год; тысячи человек)



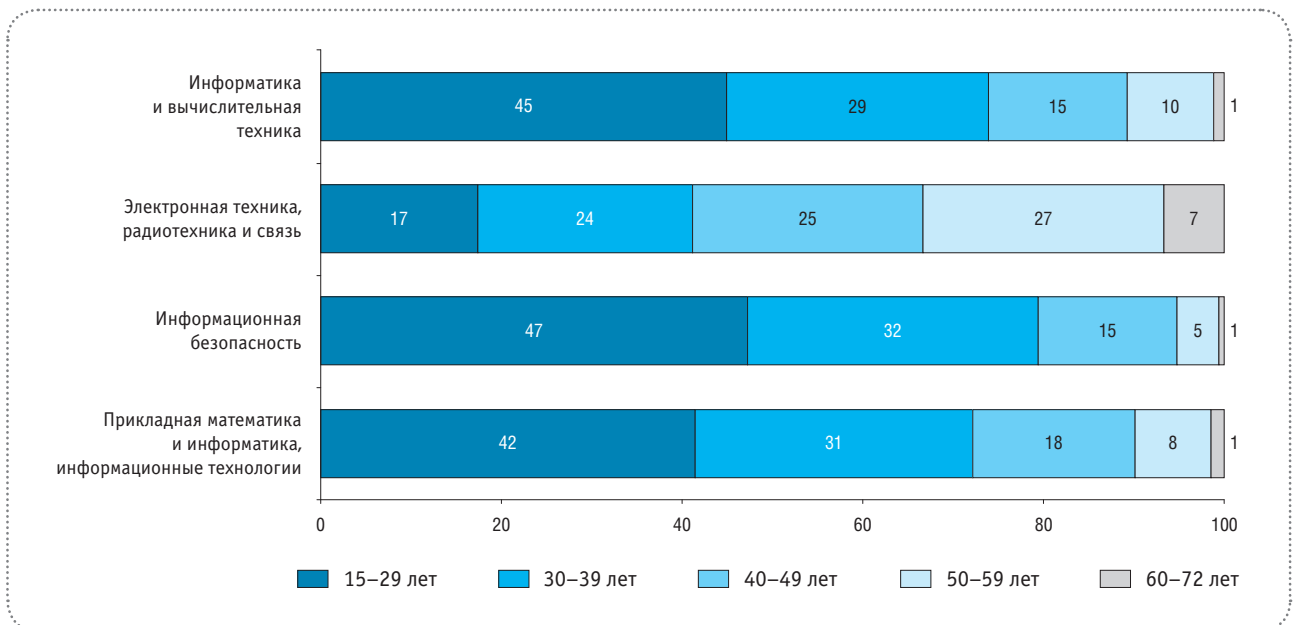
* В соответствии с дипломами, свидетельствами учреждений среднего профессионального, высшего образования.
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 1.15. Профессиональная структура занятого населения, имеющего среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ, по возрастным группам: 2012
(в процентах к итогу)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 1.16. Возрастная структура занятого населения, имеющего среднее профессиональное, высшее образование по специальностям, связанным с ИКТ, по сферам деятельности: 2012
(в процентах к итогу)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

* * *

Исследование показало неоднородность распространения практики использования компьютеров населением России.

В процессе развития информационного общества появился еще один аспект социального неравенства – уровень использования ИКТ. Отсутствие компьютерных навыков как барьер в применении ИКТ наиболее ярко выражено для старших возрастных категорий, чьи компетенции в области современных технологий гораздо ниже, чем среди молодежи.

Сохраняется неравенство между городом и селом: в городской среде рассмотренные практики распространены шире, чем в сельской. Следует понимать, что использование различных ИКТ-сервисов может принципиально повысить качество жизни в сельской местности, облегчив доступ к различным услугам и товарам.



ГЛАВА 2

Использование Интернета

2.1

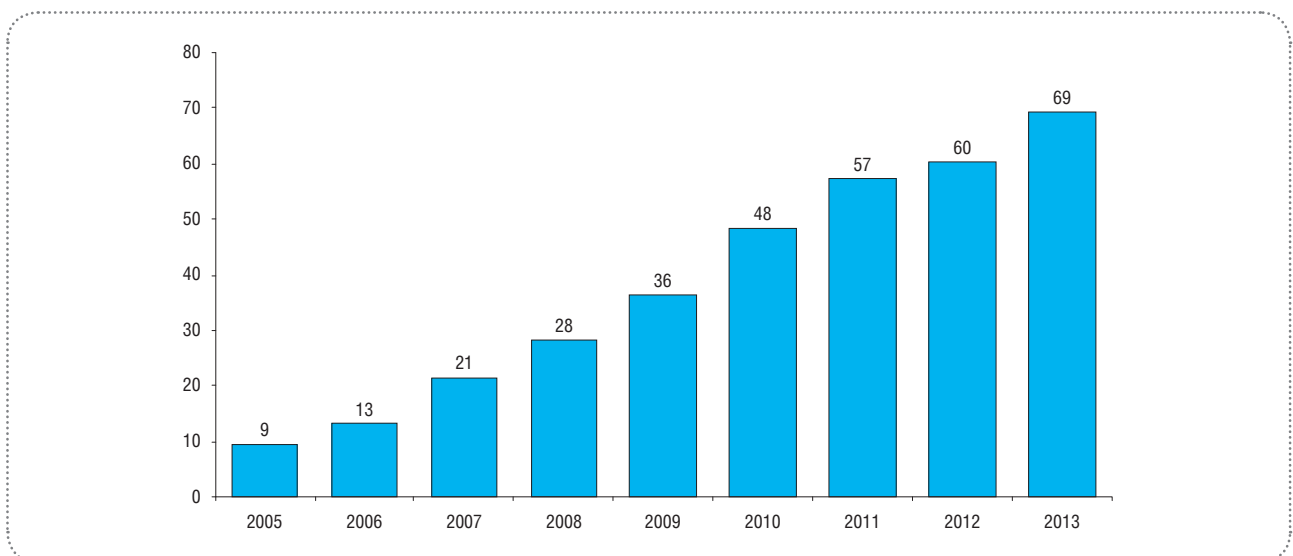
Использование Интернета в домашних хозяйствах

Процесс проникновения Интернета в российские семьи осуществлялся стремительными темпами. По данным обследования бюджетов домашних хозяйств Росстата, в 2005 г. только 9% домашних хозяйств имели доступ к глобальной сети, в 2013 г. – уже 69%. Наиболее динамично этот процесс происходил в 2009–2011 гг.: ежегодный прирост рассматриваемого показателя достигал в этот период 9–12 процентных пунктов. Активный рост доли семей, имеющих доступ к Интернету, – на 9 процентных пунктов – наблюдался и в 2013 г. (рис. 2.1).

В последние годы особое внимание уделяется скорости Интернета. Широкополосный (высокоскоростной) доступ существенно повышает возможности глобальной сети в онлайн-общении, электронном взаимодействии и получении различных видов услуг. В 2013 г. им располагали 57% российских семей, что значительно ниже среднего показателя обеспеченности Интернетом домашних хозяйств.

Дифференциация домашних хозяйств по степени проникновения Интернета в зависимости от уровня дохода, состава семьи, принадлежности к городской либо сельской местности аналогична ситуации с использованием персональных компьютеров.

Рис. 2.1. **Домашние хозяйства, имеющие доступ к Интернету**
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



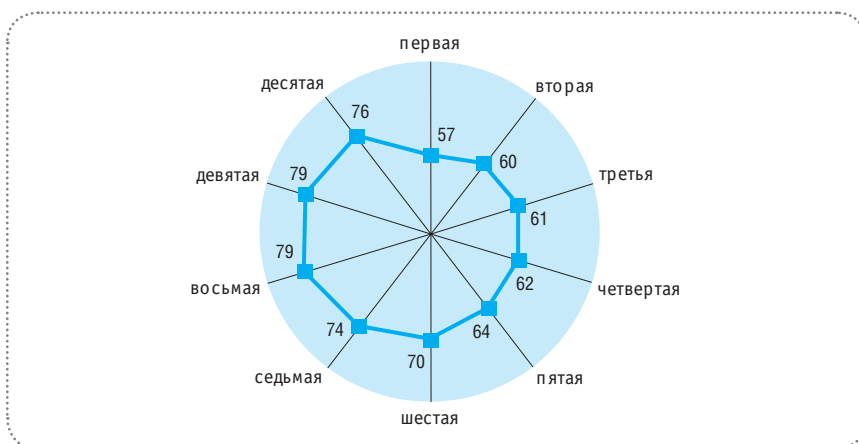
Источник: Росстат.

О зависимости доступа к сети от уровня дохода семьи свидетельствует тот факт, что домашние хозяйства с наибольшим доходом в 2013 г. были обеспечены Интернетом в 1.3 раза больше, чем с наименьшим (76% против 57) (рис. 2.2).

Максимальную активность в отношении рассматриваемой практики проявляют семьи с детьми. В 2012 г. доля пользователей Интернета среди семей, имеющих одного ребенка, оказалась в 1.3 раза выше среднего значения по всем домохозяйствам (рис. 2.3).

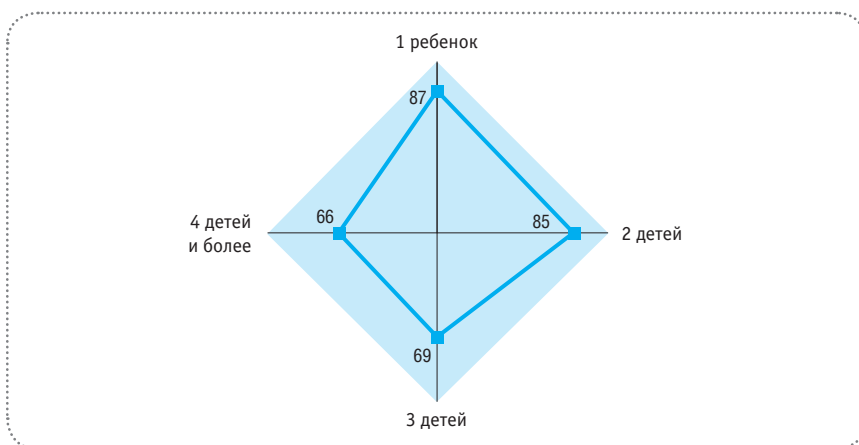
В 2013 г. доступ к Интернету в городах имели 74% домашних хозяйств, в сельской местности – в 1.3 раза меньше (55%). По широкополосному Интернету разрыв достигает 1.9 раза (соответственно 64 и 33%).

Рис. 2.2. Домашние хозяйства, имеющие доступ к Интернету, по уровню дохода: 2013*
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



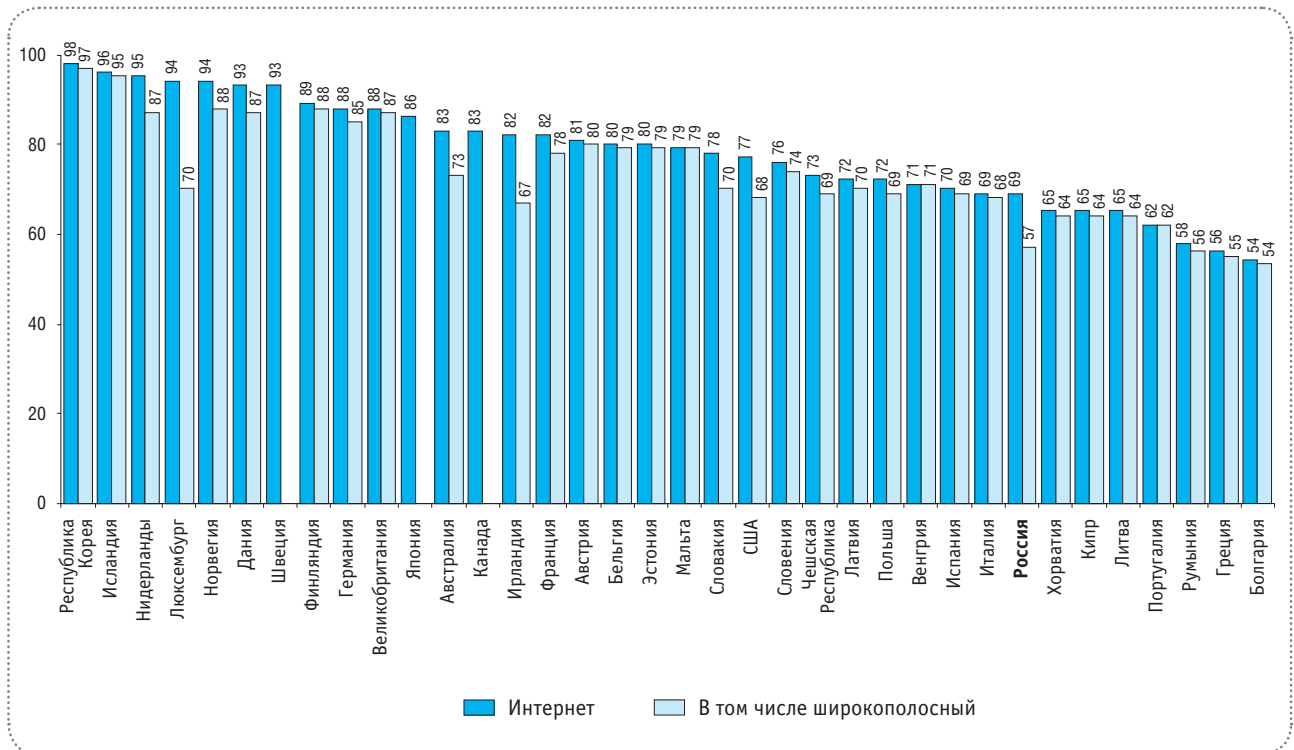
* По 10-процентным группам обследуемого населения: первая – с наименьшими располагаемыми ресурсами, десятая – с наибольшими.
Источник: Росстат.

Рис. 2.3. Домашние хозяйства с детьми, имеющие доступ к Интернету: 2013
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



Источник: Росстат.

Рис. 2.4. Домашние хозяйства, имеющие доступ к Интернету, по странам: 2013
(в процентах от общего числа домашних хозяйств)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – ОЭСР, Евростат, МСЭ.

По распространению Интернета в домашних хозяйствах Россия на 6 процентных пунктов отстает от стран ОЭСР (75% в 2011 г.) и на 10 – от стран ЕС, соответствуя уровню Италии и занимая позицию рядом с Литвой, Кипром, Хорватией (65%) и Испанией (70%), по обеспечению широкополосным доступом к Интернету – опережает лишь Румынию, Грецию и Болгарию (54–56%) (рис. 2.4).

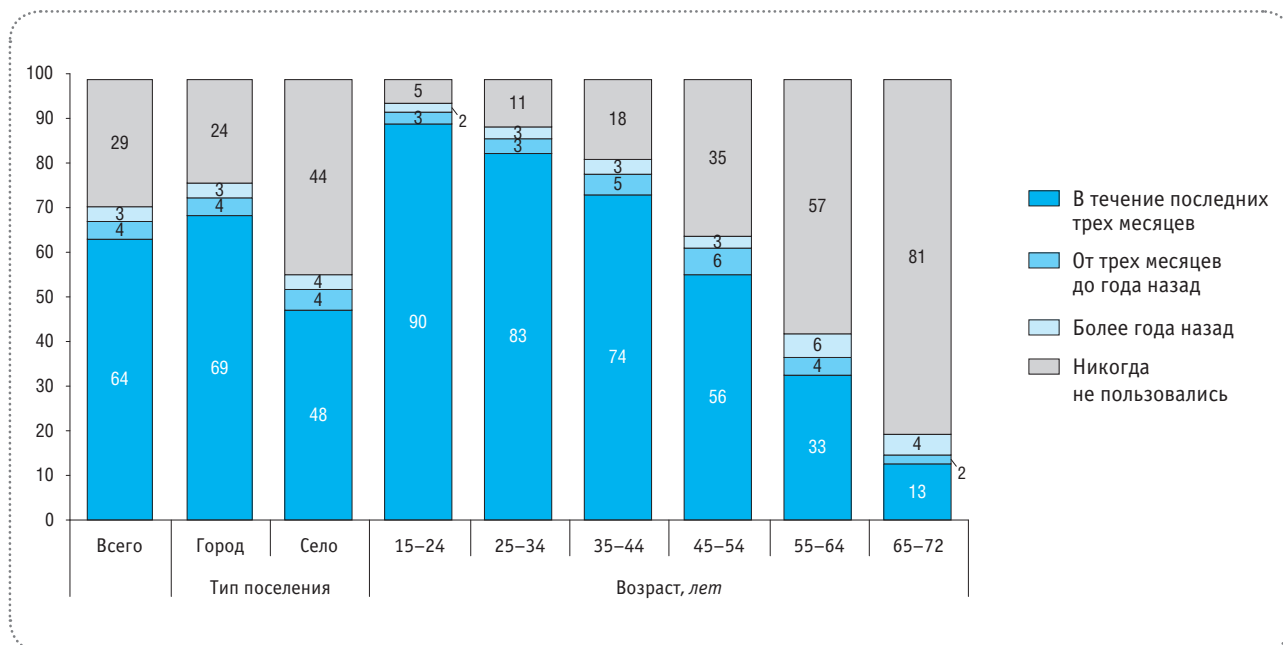
2.2

Частота использования Интернета населением

Сегодня Интернет является обязательным компонентом жизни основной массы населения. В течение года выходили в сеть более двух третей населения в возрасте 15–72 лет, причем большинство из них – за последние три месяца на момент опроса (в общей численности опрошенных – 64%). Стоит отметить, что аудитории пользователей компьютеров и Интернета совпадают практически полностью и, как следствие, различия в использовании Интернета по социально-демографическим группам и типам поселений совпадают с описанными в предыдущей главе (рис. 2.5).

Чуть менее половины респондентов пользуются Интернетом каждый или почти каждый день, 13% – не менее одного раза в неделю. Таким образом, регулярно в сеть выходит большая часть россиян (61%). По данным Мониторинга инновационного поведения населения, в 2009 г. общая доля активных пользователей была примерно вдвое меньше (33%) [НИУ ВШЭ, 2014а].

Рис. 2.5. Использование Интернета населением: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



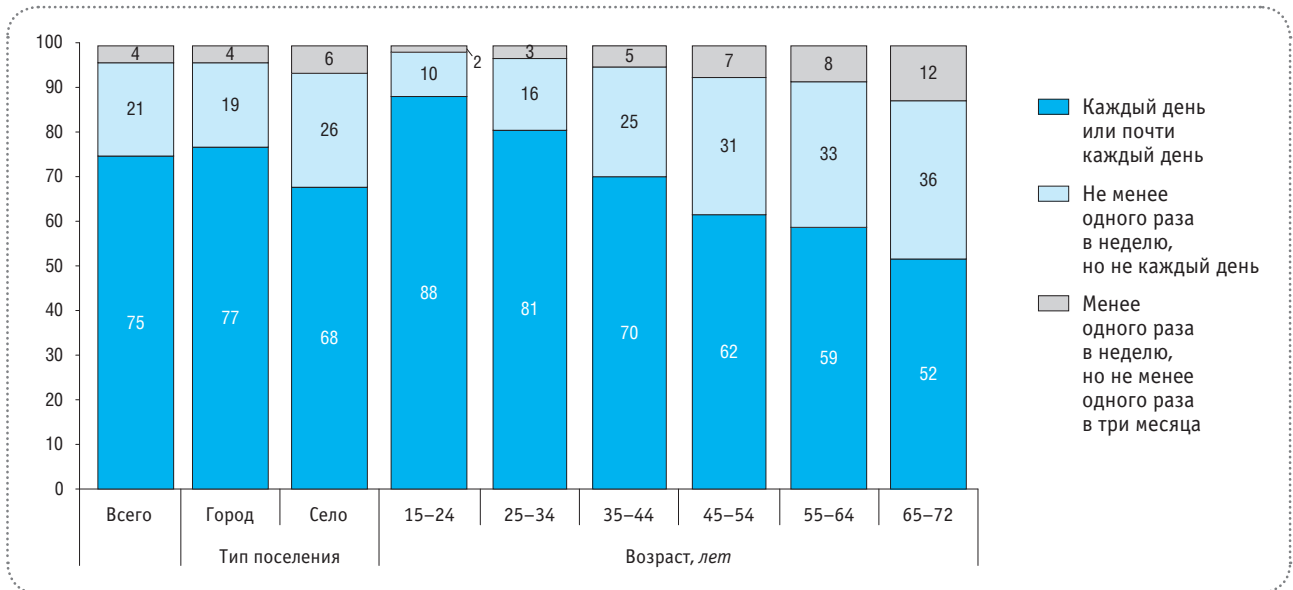
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Масштабы проникновения Интернета свидетельствуют о том, что сегодня им пользуются не только наиболее восприимчивые к инновациям слои населения, но и те, кто демонстрирует консервативную модель поведения, обычно настороженно относясь ко всему новому и непривычному. В рамках теории диффузии инноваций такие люди именуется «поздним большинством» [Rogers, 2003]. В связи с тем, что представители этой группы отличаются низкой толерантностью к неопределенности и риску, им важно, чтобы использование Интернета считалось общепринятой практикой, а его подключение и эксплуатация были максимально простыми и понятными. От выполнения этих требований во многом зависит дальнейшее расширение аудитории.

Интенсивность обращения к глобальной сети варьируется среди разных социально-демографических групп. Так, сельская аудитория придерживается этой практики реже городской (рис. 2.6). Наблюдается также обратная корреляция частоты выхода в Интернет и возраста пользователей: среди опрошенных 15–24 лет в сеть ежедневно выходят 88%, в то время как в возрастной группе 65–72 лет – лишь 52%.

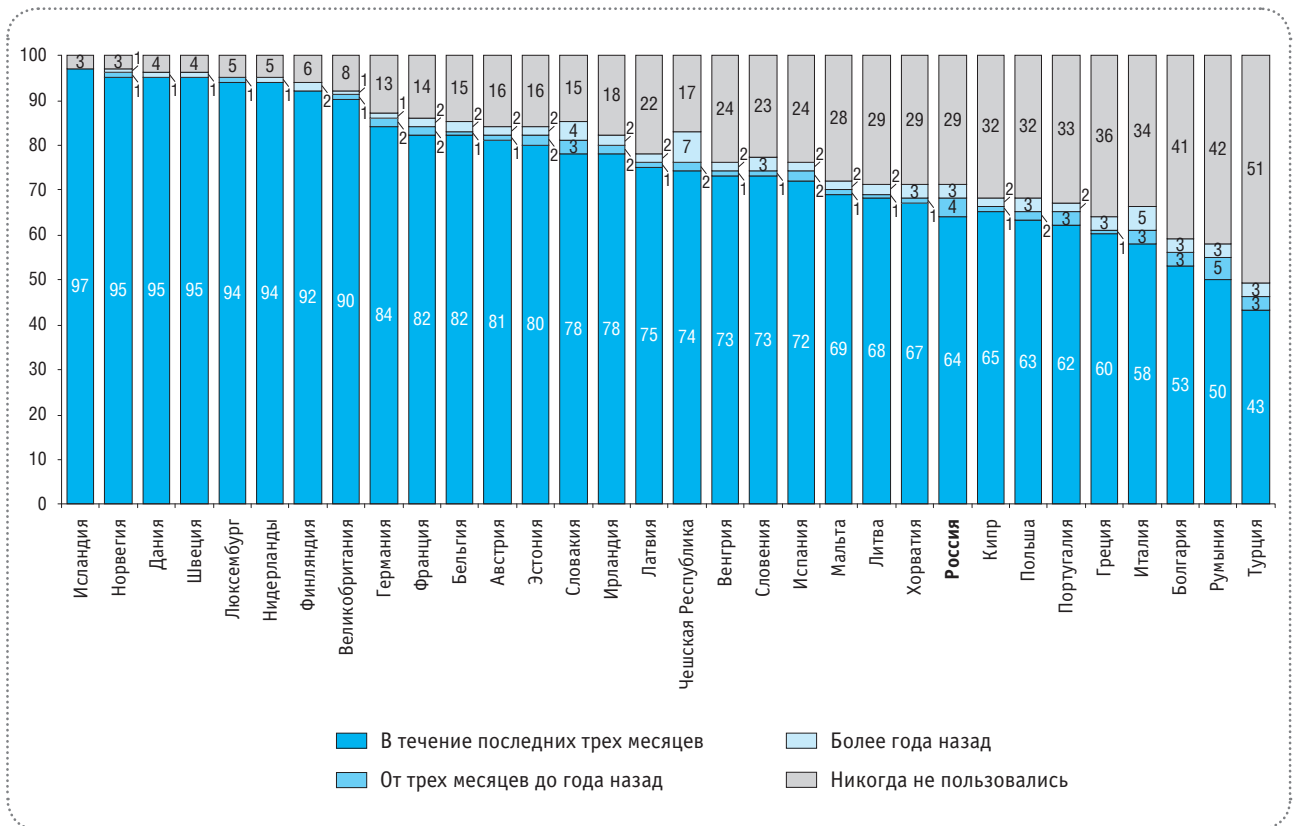
Масштаб распространения практики использования Интернета в нашей стране близок к планке, достигнутой Литвой, Польшей и отдельными странами Южной Европы – Хорватией, Мальтой, Португалией, Кипром. От стран – лидеров по данному показателю Россия отстает примерно в полтора раза (рис. 2.7, 2.8).

Рис. 2.6. Частота использования Интернета населением: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося Интернетом за последние три месяца)



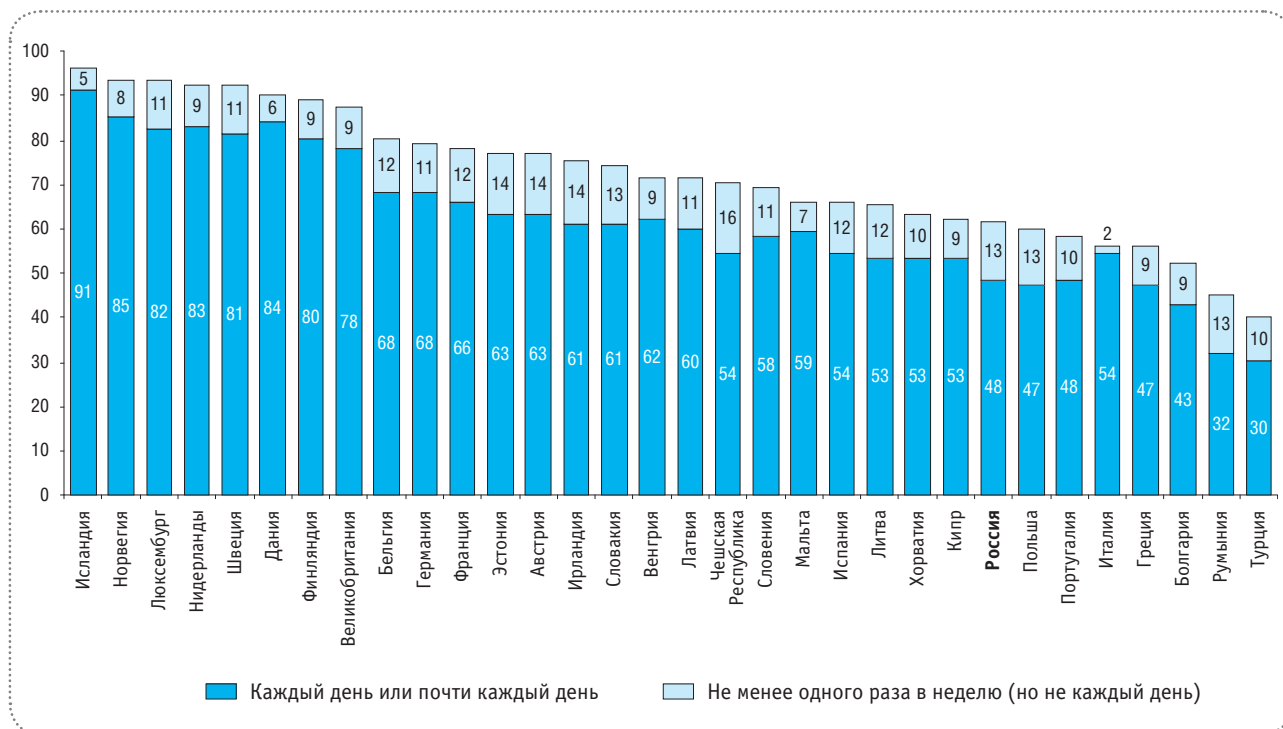
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 2.7. Использование Интернета населением по странам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 2.8. Частота использования Интернета населением по странам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

2.3

Места использования Интернета населением

Домашний Интернет стал активно распространяться в России в конце 2000-х гг. Еще в 2006 г. подобная практика была скорее исключением, чем правилом: доля таких пользователей составляла всего 8% – в семь раз меньше, чем в настоящее время [НИУ ВШЭ, 2014а]. Сегодня практически каждый может выходить в сеть из дома. Доля респондентов, реализовавших такую возможность за последние три месяца, достигает 59%. Лидерство здесь принадлежит городским жителям и представителям возрастных групп 15–44 лет (табл. 2.1). Доля тех, кто выходил в Интернет на работе, втрое ниже и составляет 18% (среди работающих респондентов – 27%), большинство из них – работники с высшим и послевузовским образованием (54 и 63% соответственно).

Что касается использования Интернета по месту учебы, то среди опрошенных в возрасте 15–22 лет (эта категория составляет основную массу учащихся) подобная активность характерна для каждого третьего. Стоит отметить, что представители данной возрастной группы чаще остальных пользуются Интернетом у друзей или знакомых (24% против 1–10) и в других местах (16% против 1–11).

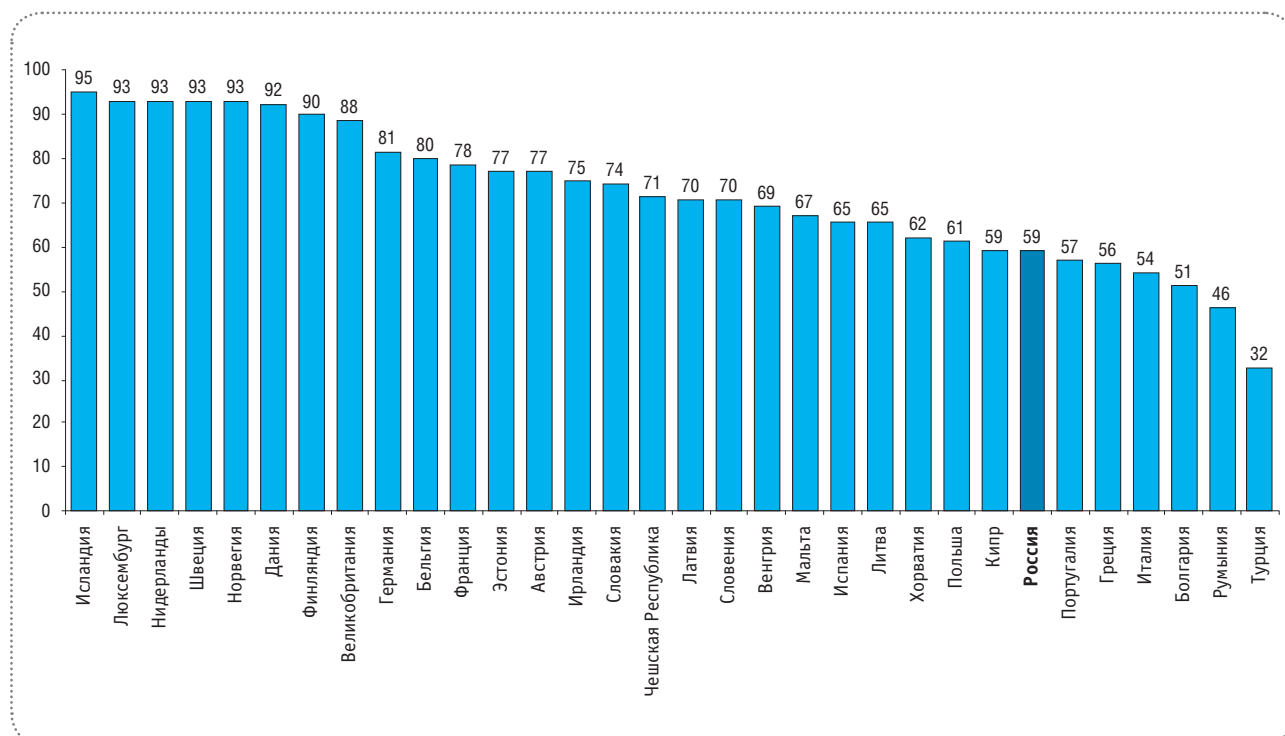
Несмотря на то, что сегодня значительная часть населения России использует Интернет дома, по распространенности этого явления наша страна заметно отстает от большинства европейских государств и находится на уровне Польши и ряда стран Южной Европы – Хорватии, Кипра, Греции, Италии, Португалии, опережая лишь Болгарию, Румынию и Турцию (рис. 2.9).

Табл. 2.1. Места использования Интернета населением: 2013⁶
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет					
		Город	Село	15–22	23–34	35–44	45–54	55–64	65–72
Дома	59	65	42	82	79	70	51	30	12
На работе	18	21	11	7	28	26	20	10	2
По месту учебы	5	5	4	33	2	0	0	0	0
У друзей, знакомых	7	7	6	24	10	4	2	1	1
Другие места	7	8	4	16	11	6	3	2	1

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

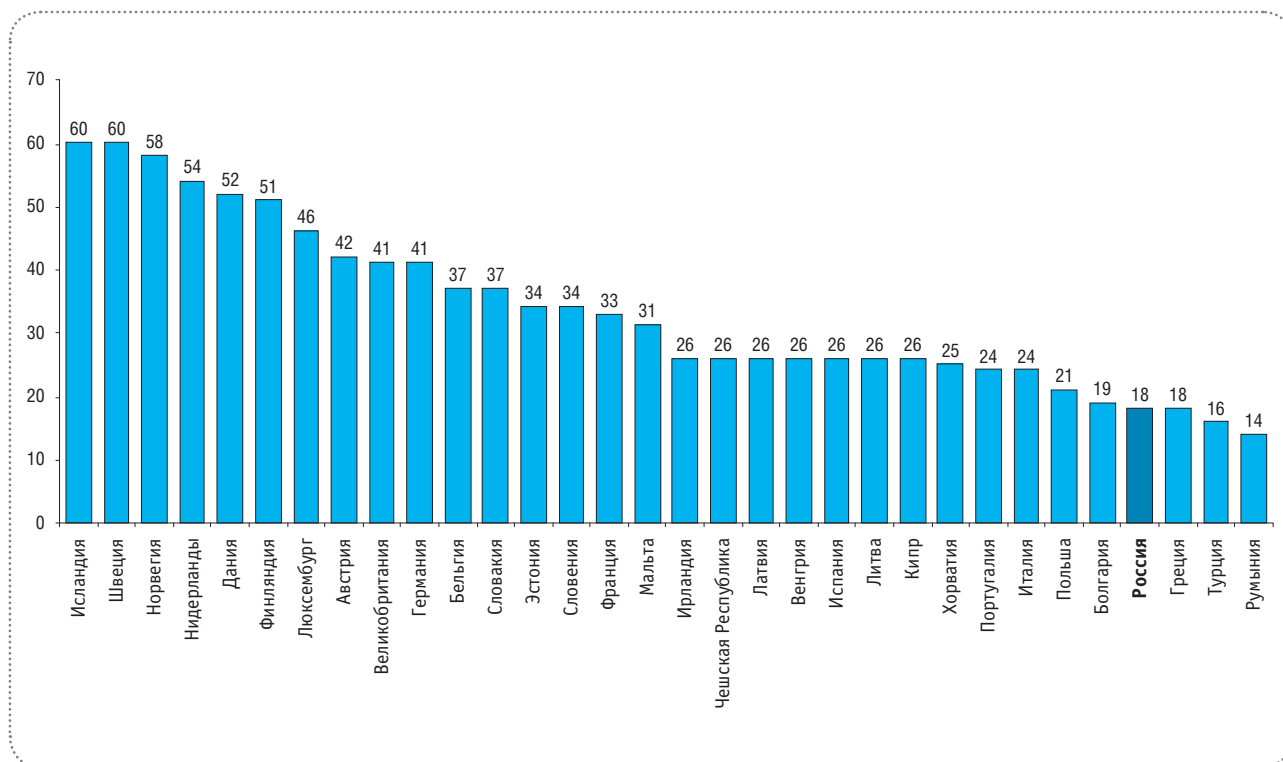
Рис. 2.9. Использование Интернета населением дома по странам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

⁶ Здесь и далее в разделе приведены доли респондентов, которые пользовались Интернетом в указанных местах за последние три месяца.

Рис. 2.10. Использование Интернета населением на работе по странам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

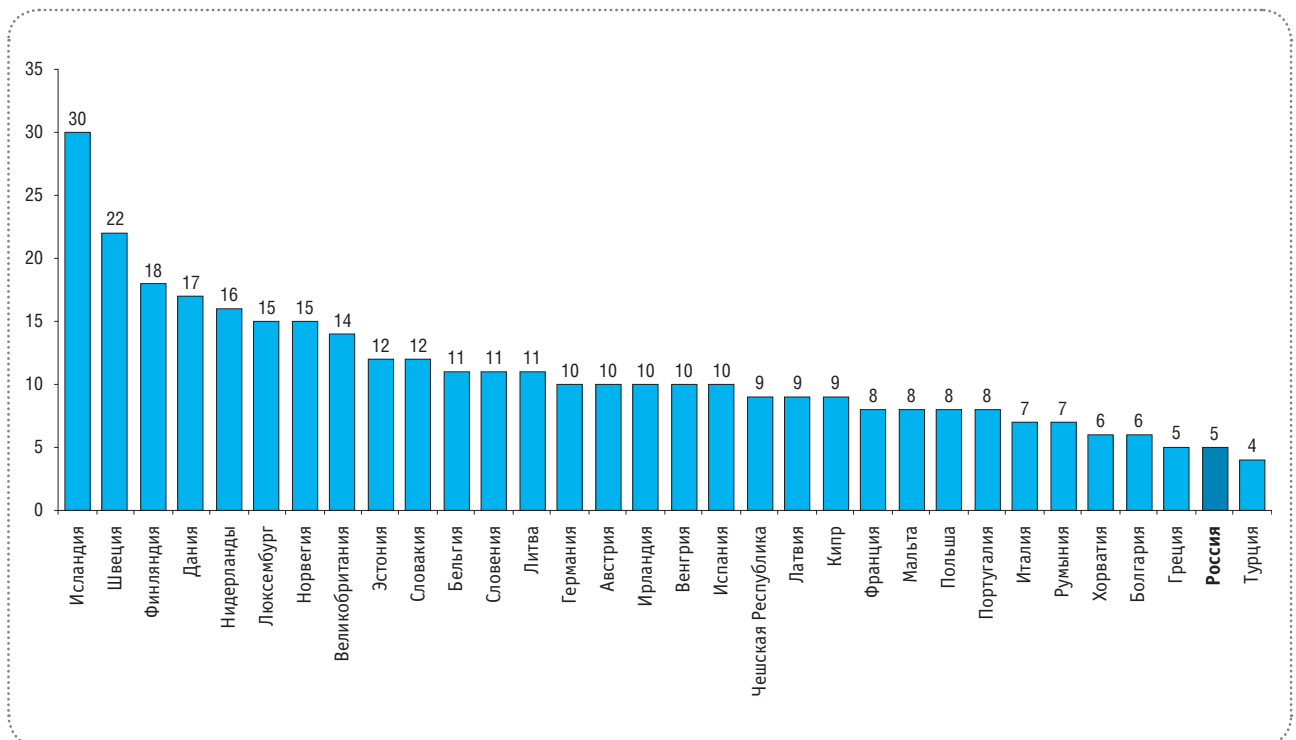
Отставание России от европейских стран по уровню использования Интернета на рабочем месте еще более заметное (рис. 2.10). В соответствующем рейтинге Россия соседствует с Турцией, Грецией, Польшей и Болгарией.

Подобная картина аналогична статистическим показателям использования Интернета работниками организаций.

По доле работников организаций предпринимательского сектора, которые используют Интернет на работе, Россия находится в одном ряду с Венгрией и Болгарией. В 2011 г. значения показателей по России были в два с лишним раза ниже, чем у Финляндии, Норвегии, Нидерландов, Бельгии [НИУ ВШЭ, 2013б].

Показатели России по использованию Интернета населением по месту учебы также уступают среднему значению по европейским странам (рис. 2.11). Впрочем, среди последних более или менее высокие результаты демонстрируют только страны – лидеры по распространению ИКТ – Исландия и Швеция.

Рис. 2.11. **Использование Интернета населением по месту учебы по странам: 2013**
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

2.4

Использование Интернета с мобильных устройств

Мобильные устройства для выхода в Интернет использовали около трети респондентов в возрасте 15–72 лет. Эта практика рассматривается сегодня как неотъемлемая составляющая образа жизни большей части современной молодежи. Так, среди опрошенных в возрасте 15–24 лет доля пользователей мобильного Интернета – 64% (табл. 2.2), что вдвое выше среднего значения по выборке. В старших возрастных группах процент мобильных пользователей ниже. Вероятно, среди них в принципе менее распространено использование портативных компьютеров и смартфонов, но этот фактор не представляется ключевым. В отличие от старшего поколения, молодежь прошла Интернет-социализацию в более юном возрасте, в связи с чем глобальная сеть стала элементом привычной, естественной среды ее обитания. По этой причине среди данной группы населения возможность пользоваться Интернетом без привязки к конкретному месту востребована гораздо сильнее.

Кроме того, стоит отметить, что использование мобильного Интернета более характерно для мужчин, нежели для женщин (34% против 28), в то время как доли пользователей компьютера и Интернета в этих группах примерно одинаковы. Полученные результаты указывают на разницу гендерных социально-психологических установок в отношении Интернета. Усвоение социальных ролей и стереотипов ведет к тому, что мужчины проявляют больший

по сравнению с женщинами интерес к технике и технологиям, с которыми зачастую ассоциируются информационные технологии (Morgan et al., 1992). Если Интернет как таковой и компьютеры уже утратили свою новизну для большинства россиян, то возможность выходить в сеть с мобильных устройств пока еще остается мало-распространенной практикой и вызывает любопытство.

Что касается конкретных устройств, применяемых для выхода в сеть вне дома и работы, то наибольшей популярностью пользуется телефон/смартфон: с его помощью к Интернету подключались 26% опрошенных. Примерно каждый пятый респондент (21%) использовал для этого сотовую связь. Беспроводные сети для выхода в Интернет с телефона/смартфона используются вдвое реже. С помощью сотовой либо беспроводной связи выходили в Интернет вне дома или работы с портативного компьютера 10% населения в возрасте 15–72 лет (табл. 2.2).

Международные сопоставления указывают на существенное отставание России по показателям распространенности мобильного Интернета среди населения (рис. 2.12, 2.13).

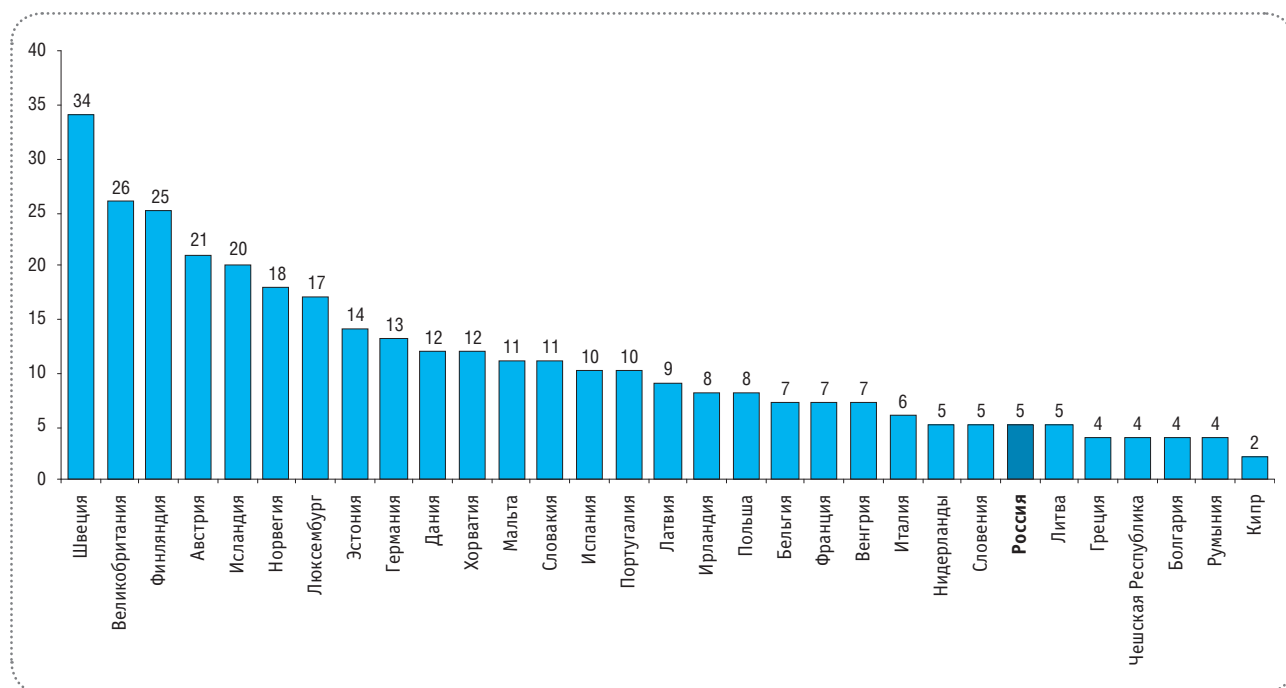
Табл. 2.2. Использование населением мобильных устройств для выхода в Интернет: 2013⁷
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол	
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины
Использовали мобильные устройства для выхода в Интернет	31	33	25	64	46	29	16	7	3	34	28
Мобильный телефон или смартфон	26	28	20	57	41	23	11	5	2	29	23
Через сеть сотовой связи	21	22	18	47	34	19	9	4	2	24	19
Через беспроводные сети (Wi-Fi и др.)	10	12	5	23	15	9	4	2	1	11	9
Портативный компьютер	10	11	7	17	14	11	6	4	1	11	9
Через сеть сотовой телефонной связи	5	5	5	8	7	5	3	2	1	5	4
Через сети беспроводной связи (Wi-Fi и др.)	7	8	3	12	10	7	4	2	1	7	6
Другие устройства	1	1	1	2	2	2	1	1	0	1	1
Не использовали мобильные устройства для выхода в Интернет	33	37	24	27	37	45	40	26	10	31	35

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

⁷ Здесь и далее в разделе приведены доли респондентов, которые использовали мобильные устройства для выхода в Интернет за последние три месяца.

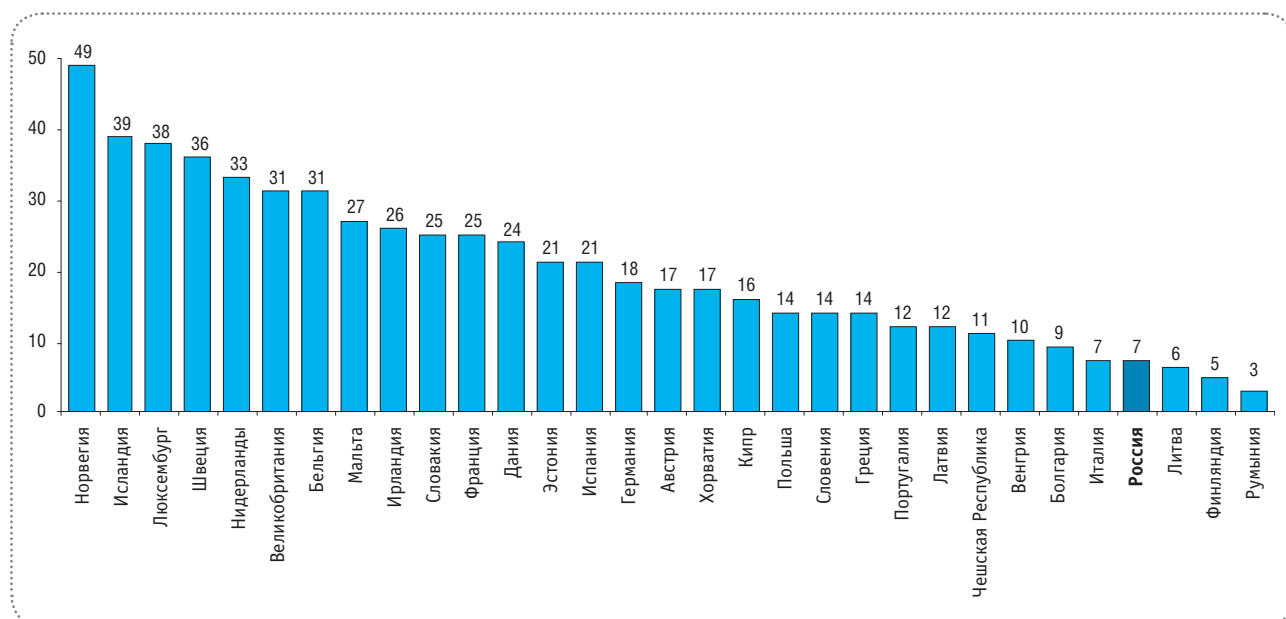
Рис. 2.12. Использование населением портативных компьютеров для выхода в Интернет через сети сотовой связи по странам*
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



* Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2012 г.

Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 2.13. Использование населением портативных компьютеров для выхода в Интернет через сети беспроводной связи по странам*
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



* Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2012 г.

Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

В России такая практика представляется скорее прерогативой «социального авангарда» – открытой инновациям категории населения, существенно отличающейся по своим установкам и поведению от остальной его части.

Согласно результатам Мониторинга инновационного поведения населения, пользователи мобильного Интернета более остальных склонны к переменам, экспериментальной деятельности, нововведениям в работе и повседневной жизни. Подобные установки представители данной группы демонстрируют почти вдвое чаще остальной аудитории Интернета. От россиян, не пользующихся Интернетом, они отличаются еще сильнее. Аналогичная тенденция наблюдается и в отношении респондентов к техническим новинкам. Пользователи мобильного Интернета активнее участвуют не только в потреблении, но и в генерировании информационного контента – размещении фотографий, музыки, текстов и т.д.

Открытость новому стимулирует пользователей мобильного Интернета к наращиванию человеческого капитала, о чем свидетельствует их большая погруженность в различные образовательные практики по сравнению с остальной частью Интернет-аудитории. В результате данная категория населения наиболее активно реализует принципы непрерывного образования.

Таким образом, пользователи мобильного Интернета представляют сегодня наиболее активную в плане освоения инноваций часть населения [НИУ ВШЭ, 2014с].

* * *

Доступ к Интернету является атрибутом большинства домашних хозяйств. Значительная часть населения пользуется им регулярно – не реже одного раза в неделю.

Интенсивность обращения к глобальной сети варьируется среди разных социально-демографических групп. При этом информационное неравенство накладывается на социальное, что усугубляет культурный разрыв между россиянами. Существенная разница в уровне их ИКТ-компетенций также препятствует эффективному использованию рассматриваемых технологий в организациях, развитию электронного бизнеса и экономическому росту в целом.



ГЛАВА 3

Поведенческие характеристики населения при использовании Интернета

3.1

Цели использования Интернета

Развитие Интернета привело к изменению образа жизни населения, появлению и распространению новых социальных практик, в частности новых форм коммуникации, досуга и потребления. Существенная часть приватной информации стала публичной благодаря социальным сетям.

Сегодня социальными сетями пользуются 40% россиян в возрасте 15–72 лет. Интернет служит для них площадкой для общения, самовыражения, хранения воспоминаний. Участие в профессиональных сетях менее распространено (5% опрошенных) и в большей степени характерно для высокообразованной части населения: среди респондентов с высшим образованием доля использующих подобную практику выше вдвое (11%), с послевузовским – вчетверо (21%).

Примечательно, что электронная почта применяется населением не так активно, как социальные сети (26% против 40). Функционал данного канала коммуникации более ограничен и используется в основном в тех случаях, когда есть необходимость в формальной переписке.

В последнее время наметилась еще одна тенденция: глобальная сеть начала конкурировать с телефонной связью. Сегодня 24% опрошенных используют Интернет для телефонных и видеозвожков, что значительно превышает аналогичный показатель 2009 г. (7% по данным Мониторинга инновационного поведения населения [НИУ ВШЭ, 2011]). Расширение зоны покрытия Интернета и повышение качества услуг в перспективе может привести к вытеснению телефонной связи онлайн-средствами коммуникации.

Получили широкое распространение и другие возможности Интернета. Так, 32% респондентов скачивали фильмы, изображения или музыку, смотрели видео или слушали музыку/радио в сети. Распространение названных видов активности меняет отношение к традиционным формам проведения досуга (походам в кино, театры, на концерты и т.п.). При этом поиск информации об объектах культурного наследия, мероприятиях в сфере искусства, посещение виртуальных туров по музеям менее популярны (8%). Впрочем, сама по себе практика посещения музеев и выставок сегодня распространена недостаточно. Поэтому невысокая доля респондентов, использующих Интернет для получения подобной информации, обусловлена досуговыми предпочтениями населения в целом.

Компьютерные и/или онлайн-игры также вошли в жизнь россиян. Пятая часть опрошенных использовали Интернет для их скачивания или игры по сети.

По данным Мониторинга инновационного поведения населения, в течение 2011 г. примерно шестая часть россиян посещали музеи или выставки. В отличие от пользования Интернетом, посещение музеев не является динамично развивающейся социальной практикой. Масштабы ее распространения среди населения не претерпели значимых изменений в период 1996–2011 гг. [НИУ ВШЭ, 2013а].

Значительная часть опрошенных используют Интернет для расширения кругозора: 23% пользовались Википедией и другими онлайн-энциклопедиями, еще 13% – читали газеты, журналы, размещенные в сети, или электронные книги.

Интернет упрощает получение справочной информации, и многие россияне используют эту возможность. За последние три месяца каждый четвертый искал в сети сведения о товарах и услугах, еще 13% – получали информацию, связанную со здоровьем или услугами в области медицины, 7% – скачивали программное обеспечение (помимо компьютерных игр).

Другие виды деятельности в Интернете менее распространены среди населения. Например, только 8% опрошенных совершали за последние три месяца онлайн-покупки или что-либо продавали сами (в том числе на Интернет-аукционах), еще 6% – проводили какие-либо финансовые операции через сеть (рис. 3.1).

Вместе с тем стратегии использования Интернета различаются в зависимости от типа аудитории. Для одних характерна модель поведения, ориентированная на развлечения, другие предпочитают интенсивное использование информационных ресурсов, в том числе с целью совершения покупок.

Пользователи в возрасте 15–24 лет активнее вовлечены в социальные сети, скачивают развлекательный контент или играют в компьютерные игры, обращаются к онлайн-энциклопедиям, ищут информацию об образовании (табл. 3.1).

Для респондентов в возрасте 25–34 лет развлекательная роль глобальной сети несколько ослабевает, зато возрастает информационная. Они чаще ищут информацию о товарах/услугах, в частности в области медицины и здравоохранения. В более старших возрастных когортах эти тенденции усиливаются. Кроме того, население 25–34 лет обладает повышенной покупательской и финансовой активностью в Интернете. Так, среди них выше, чем среди более молодой аудитории, доля лиц, осуществивших через Интернет за последние три месяца покупки или продажи (16% против 10) либо финансовые операции (12% против 6).

У представителей возрастной группы 35–54 лет наблюдается схожий стиль использования Интернета, отличающийся выраженным прагматизмом, снижением спроса на развлекательный контент (аудио, видео и т.п.) и игры, а также вовлеченности в социальные сети.

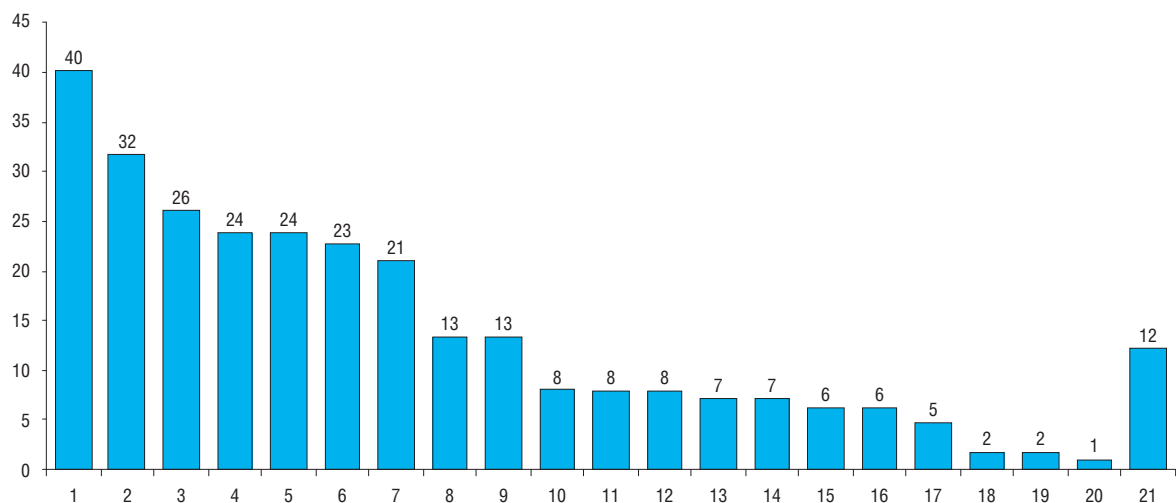
Табл. 3.1. Цели использования Интернета населением по полу и возрастным группам: 2013

(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося Интернетом за последние три месяца)

	Всего	Возраст, лет						Пол	
		15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины
Участие в социальных сетях	62	73	71	59	51	43	42	60	64
Скачивание фильмов, изображений, музыки; просмотр видео; прослушивание музыки или радио	49	64	58	45	32	29	27	56	44
Игра в видео- или компьютерные игры или их скачивание	33	48	38	27	18	17	13	42	24
Получение знаний и справок на любую тему с использованием Википедии, онлайн-энциклопедий и т.д.	35	44	34	33	30	32	31	33	38
Отправка или получение электронной почты	41	41	44	41	38	36	29	40	41
Телефонные звонки, видеоразговоры через Интернет (Скайп и др.)	37	39	38	35	34	37	47	37	37
Поиск информации о товарах и услугах	37	30	42	41	37	36	27	34	40
Чтение или скачивание онлайн-газет или журналов, электронных книг	21	22	21	20	19	21	24	19	22
Общение с помощью систем мгновенного обмена сообщениями (чаты, ICQ, QIP и др.)	12	19	15	9	6	6	5	13	12
Поиск информации об образовании, курсах обучения, тренингах и т.п.	10	17	9	9	6	6	6	8	12
Скачивание программного обеспечения (кроме компьютерных игр)	11	15	13	10	7	5	4	14	8
Поиск вакансий	10	12	12	9	8	5	2	10	9
Поиск информации, связанной со здоровьем или услугами в области здравоохранения	21	10	20	24	27	33	37	13	28
Продажа/покупка товаров и услуг (в том числе с помощью Интернет-сайтов, Интернет-аукционов)	12	10	16	14	11	7	5	11	13
Поиск информации о культурных объектах и мероприятиях и др.	12	10	13	13	13	14	14	9	15
Осуществление финансовых операций	10	6	12	11	10	9	6	9	10

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 3.1. Цели использования Интернета населением: 2013⁸
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Участие в социальных сетях | 11 Продажа/покупка товаров и услуг (в том числе с помощью Интернет-сайтов-аукционов) |
| 2 Скачивание фильмов, изображений, музыки; просмотр видео; прослушивание музыки/радио | 12 Поиск информации о культурных объектах и мероприятиях и т.п. |
| 3 Отправка или получение электронной почты | 13 Скачивание программного обеспечения (кроме компьютерных игр) |
| 4 Поиск информации о товарах и услугах | 14 Поиск информации об образовании, курсах обучения, тренингах и т.п. |
| 5 Телефонные звонки или видеоразговоры через Интернет (Скайп или др.) | 15 Поиск вакансий |
| 6 Получение знаний и справок на любую тему с использованием Википедии, онлайн-энциклопедий и т.д. | 16 Осуществление финансовых операций |
| 7 Игра в видео- или компьютерные игры или их скачивание | 17 Участие в профессиональных сетях, форумах |
| 8 Поиск информации, связанной со здоровьем или услугами в области здравоохранения | 18 Дистанционное обучение |
| 9 Чтение или скачивание онлайн-газет или журналов, электронных книг | 19 Участие в голосованиях, консультациях по общественным и политическим проблемам |
| 10 Общение с помощью систем мгновенного обмена сообщениями (чаты, ICQ, QIP и др.) | 20 Публикация мнений по общественным и политическим проблемам через веб-сайты |
| | 21 Другие цели |

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Пользователи в возрасте 55–64 и особенно 65–72 лет демонстрируют минимальную покупательскую и финансовую активность в Интернете, проявляя интерес главным образом к его информационной и коммуникационной составляющим. Примечательно, что представители самой старшей возрастной группы чаще остальных обращаются к приложениям, позволяющим осуществлять звонки и использовать видео при беседах. Вероятно, их особенно привлекает возможность визуального контакта при общении.

Возрастная специфика использования Интернета в целом соответствует тенденциям поведения соответствующих групп и вне виртуального пространства.

⁸ Приведены доли респондентов, которые пользовались Интернетом в указанных целях за последние три месяца.

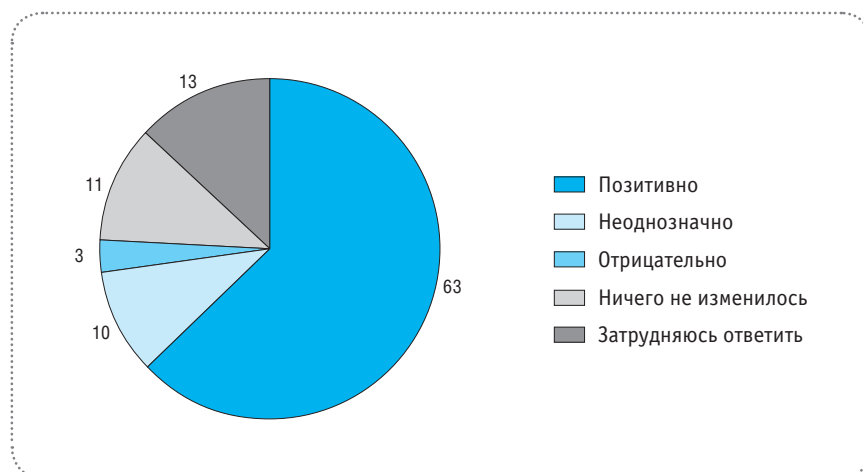
В Интернет-практиках наблюдается и определенная гендерная специфика. Для мужской аудитории характерны такие виды активности, как скачивание развлекательного контента (56% против 44 среди женщин) и программного обеспечения (14% против 8), игра в компьютерные или онлайн-игры (42% против 24). Женщины демонстрируют более информационно-ориентированный стиль поведения в сети, чаще обращаясь к ресурсам для получения сведений о товарах и услугах (40% против 34 среди мужчин), здоровье (28% против 13), а также объектах культурного наследия и мероприятиях в сфере искусства (15% против 9). Среди них несколько выше доля читающих Википедию и другие онлайн-энциклопедии (38% против 33).

3.2 Влияние Интернета на повседневную жизнь

Представленные результаты демонстрируют изменения, произошедшие в социальной реальности с распространением Интернета, и отношение к ним населения. Подавляющее большинство (63%) респондентов положительно оценивают влияние Интернета на повседневную жизнь (рис. 3.2).

Рис. 3.2. Оценка населением влияния Интернета на повседневную жизнь: 2013

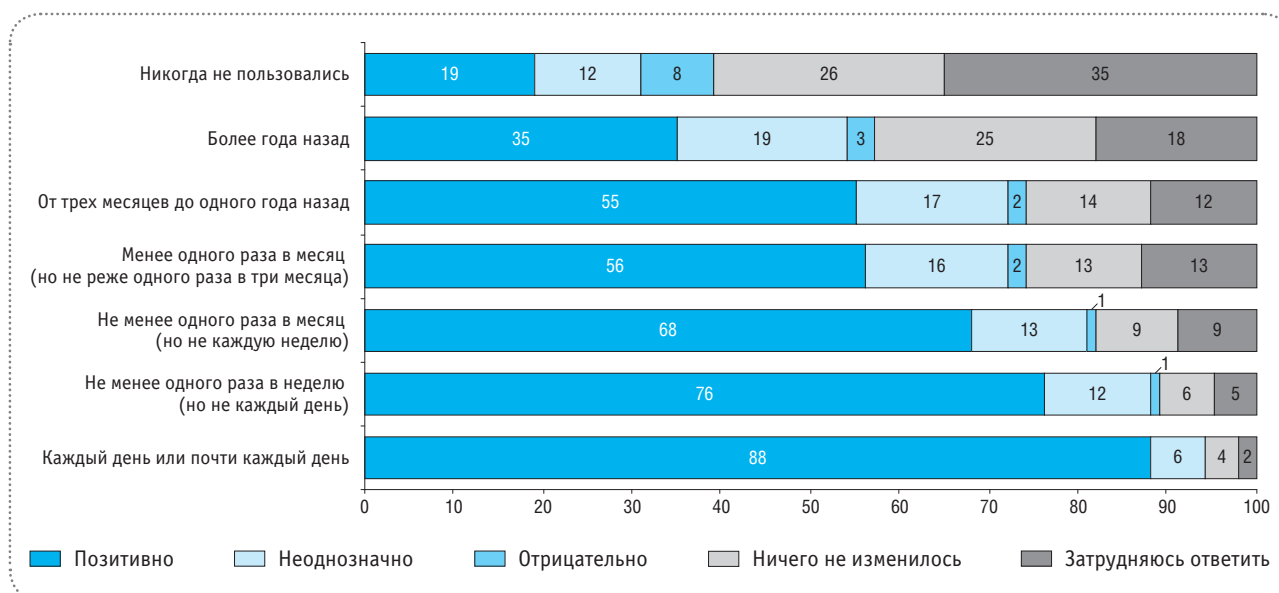
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Отрицательную оценку происходящим под влиянием Интернета переменам дали лишь 3% опрошенных, еще 10% считают последствия развития таких технологий неоднозначными. При этом у менее активных пользователей выше доля ответов «Ничего не изменилось» и «Затрудняюсь ответить». Подобное мнение выразили 61% участников опроса, никогда не использовавших Интернет (рис. 3.3). Негативные оценки малочисленны во всех группах.

Рис. 3.3. Оценка населением влияния Интернета на повседневную жизнь по частоте использования сети: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

3.3 Факторы, сдерживающие использование Интернета населением

Чуть менее трети россиян никогда не выходили в Интернет (29%), еще 3% делали это более года назад. Отказ от Интернета обусловлен скорее субъективными факторами. Подавляющее большинство тех, кто не использует информационные ресурсы (или 22% всех опрошенных), не видит в этом необходимости. Ряд респондентов аргументируют отказ объективными причинами: отсутствием соответствующих навыков, высокими затратами на подключение к сети, отсутствием технической возможности подключения и др. (рис. 3.4). Однако названные факторы не являются главным препятствием в использовании Интернета. Всего несколько лет назад финансовые барьеры играли гораздо более существенную роль. По данным Мониторинга инновационного поведения населения, порядка пятой части (23%) взрослого населения объясняли отсутствие подключения к Интернету дороговизной оборудования [НИУ ВШЭ, 2013с].

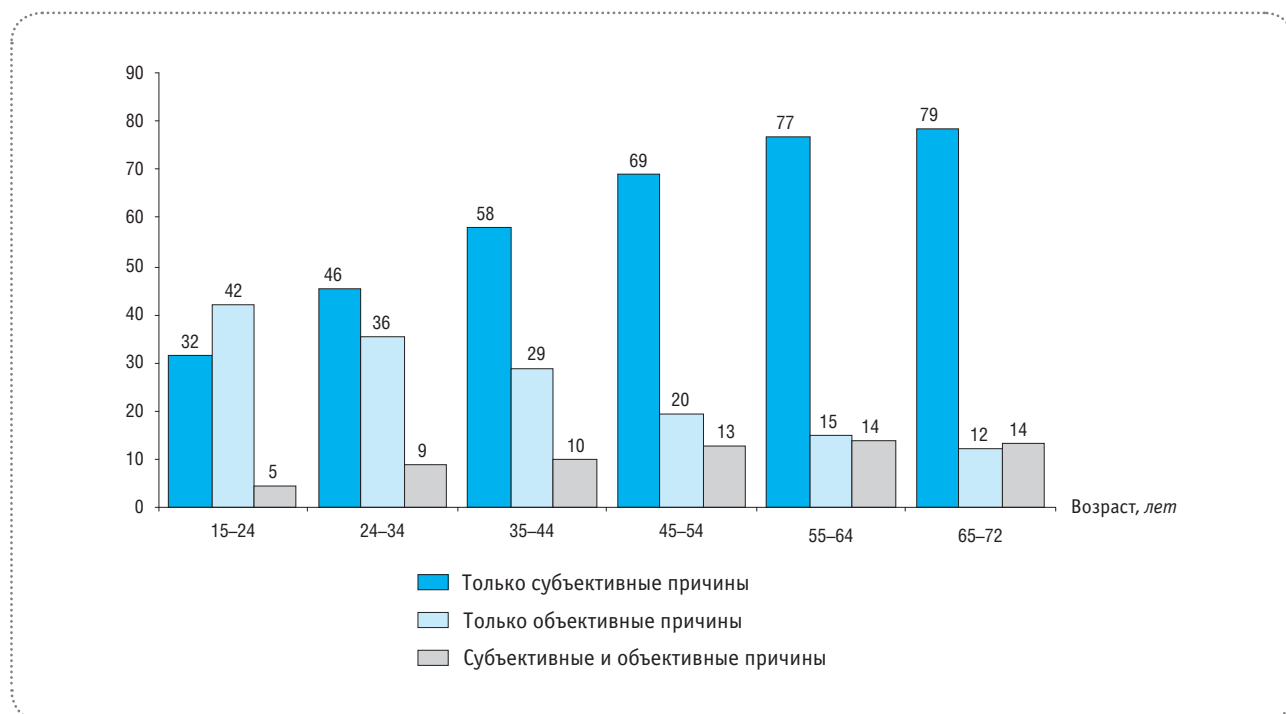
Причины отказа от использования Интернета можно дифференцировать по возрастным группам населения. Для молодежи (15–24 лет) объективные барьеры имеют больший вес, чем для старшего поколения (рис. 3.5). Роль субъективных/внутренних факторов, сдерживающих освоение новой технологии, с возрастом усиливается, а объективных – снижается. Соответственно, демонстрация простоты использования различных возможностей Интернета более эффективна для привлечения молодых россиян. Ситуация с людьми старшего поколения сложнее: их представления о целях и способах работы в сети диссонируют с прошлым опытом и системой ценностей. Вероятно, устойчивый «имидж» Интернета как части молодежной культуры неявным образом препятствует его интеграции в повседневную жизнь этой категории населения.

Рис. 3.4. Причины отказа от использования Интернета: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 3.5. Причины отказа от использования Интернета по возрастным группам населения: 2013⁹
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося Интернетом более года назад или никогда не пользовавшегося)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

⁹ К субъективным причинам относится нежелание пользоваться Интернетом, к объективным – недостаток соответствующих навыков, высокие затраты на подключение или отсутствие технической возможности подключения.

* * *

Данные о целях использования Интернета и соответствующих социальных установках позволяют определить способы решения проблемы увеличения его аудитории. Такие меры, как расширение зон покрытия сети, формирование навыков ее использования, снижение тарифов, способствуют приросту числа пользователей сети, но главным образом – за счет населения до 45 лет. Проблема интернетизации более старших групп во многом связана с преодолением психологических барьеров.



ГЛАВА 4

Информационная безопасность

Понятие информационной безопасности объединяет два аспекта – технический (безопасность программного обеспечения, персонального компьютера и иных ИКТ-устройств) и психологический (защита от негативного влияния содержания получаемой информации).

Согласно отчету Лаборатории Касперского [GREAT, 2012] Интернет во всем мире является основным источником вредоносных объектов. По данным за 2012 г., ежедневно происходит более 4.3 млн случаев нападения вредоносных программ на пользователей продуктов компании во время их серфинга в сети. В России веб-атакам подвергались 59% пользователей продуктов Лаборатории Касперского.

По оценке вирусной лаборатории PandaLabs, в России вредоносными программами заражены 42% компьютеров [Comss.ru, 2013]. Для наиболее продвинутых в области информационной безопасности стран этот показатель ниже примерно на 20 процентных пунктов: Нидерланды – 19%, Великобритания – 20, Германия – 21%.

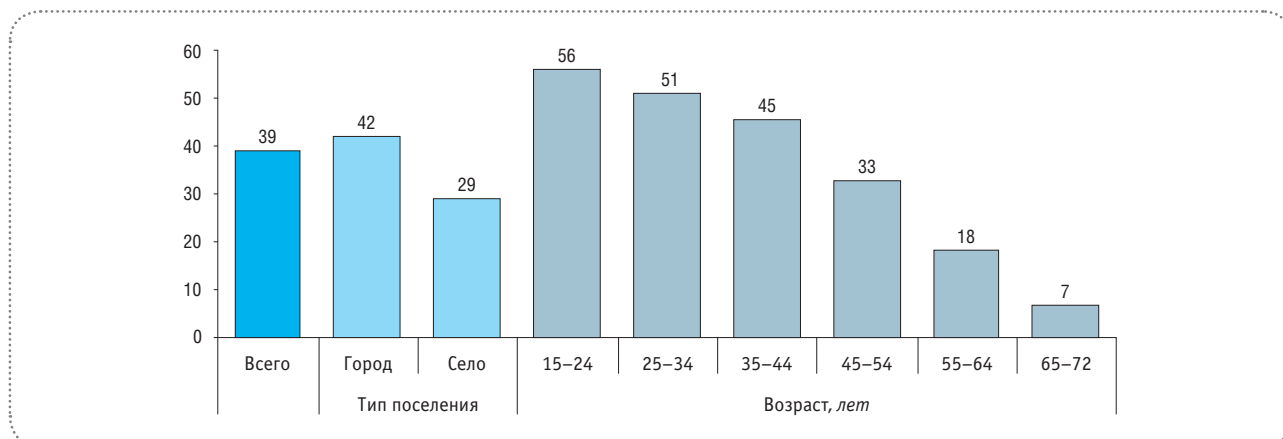
4.1

Восприятие населением угроз информационной безопасности

С развитием ИКТ проблема обеспечения информационной безопасности приобрела особую актуальность. Персональный компьютер все чаще становится объектом покушений вредоносных программ (вирусов). Информационные угрозы приносят множество проблем: это и потеря или утечка данных, и вывод из строя вычислительных ресурсов компьютера, и получение ненужной пользователю информации. Поэтому среди владельцев компьютеров распространены различные меры для обеспечения информационной безопасности. Учитывая, что количество пользователей Интернета растет быстрыми темпами, проблемы информационной безопасности обретают реальность в жизни все большего числа россиян.

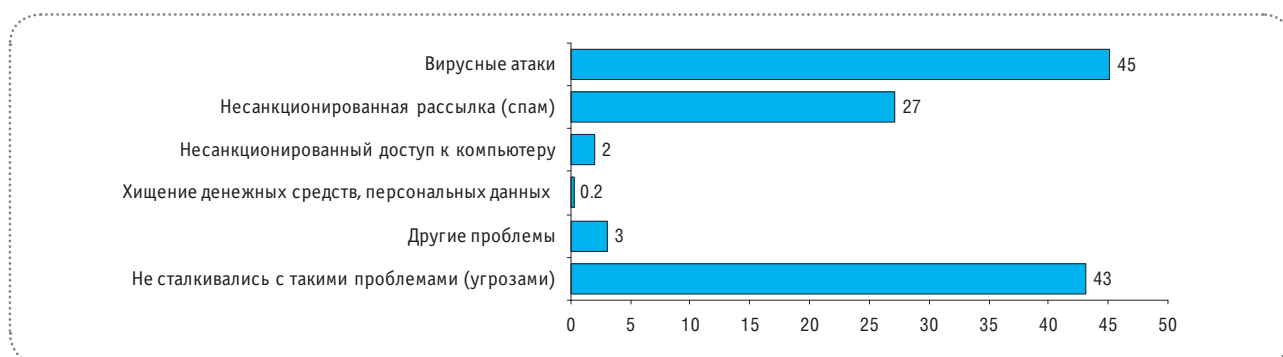
С угрозами информационной безопасности за последние 12 месяцев сталкивались 39% населения, причем для отдельных категорий подобные проблемы рассматриваются как часть повседневных. В частности, в возрастной группе 15–24 лет с ними встречались 56% респондентов. Также чаще, чем в среднем по выборке, о них упоминали опрошенные в возрасте 25–44 лет (рис. 4.1). Для жителей городов эти угрозы оказались более актуальными, чем для сельского населения (42% против 29).

Рис. 4.1. Столкновение с угрозами информационной безопасности: 2013¹⁰
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 4.2. Угрозы информационной безопасности по видам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося Интернетом за последние 12 месяцев)

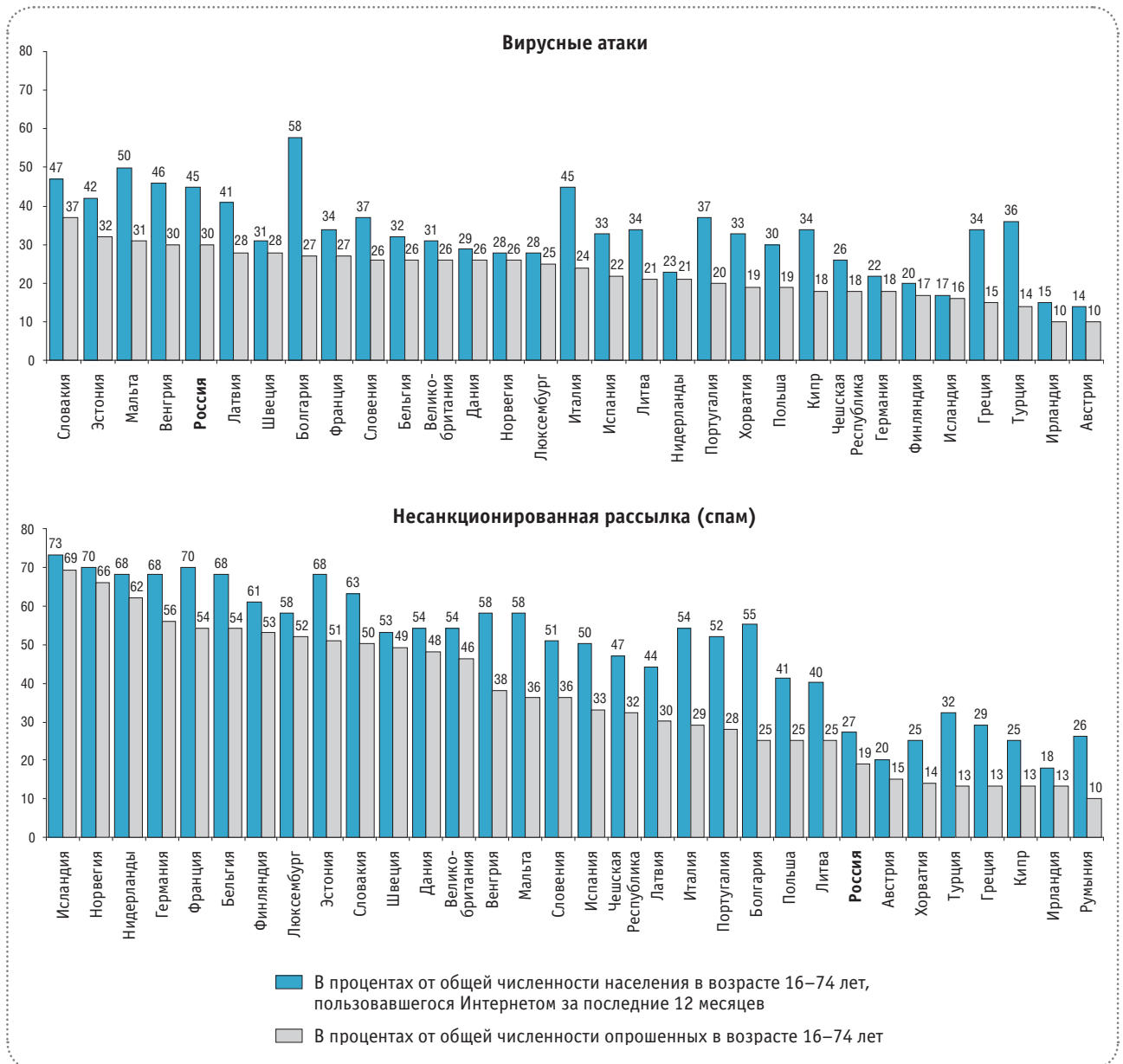


Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Вероятность столкновения с проблемами информационной безопасности находится в прямой зависимости от интенсивности использования сети. За последние 12 месяцев их испытали 62% ежедневной Интернет-аудитории, в то время как среди респондентов, выходящих в сеть менее одного раза в месяц, таких оказалось всего 31%. Впрочем, неактивные пользователи могли не заметить, что были подвергнуты вирусной атаке или какой-либо другой угрозе, поскольку хуже разбираются в технических параметрах работы компьютера. Зачастую антивирусные программы автоматически блокируют атаки вредоносных программ, не предупреждая об этом пользователя.

Вирусные атаки названы наиболее распространенной угрозой информационной безопасности – им подвергались почти половина (45%) респондентов, пользовавшихся Интернетом за последние 12 месяцев. Еще чуть более четверти (27%) получали спам. О других видах нарушений информационной безопасности респонденты говорили очень редко (рис. 4.2).

¹⁰ Приведены доли респондентов, которые сталкивались с указанными угрозами информационной безопасности за последние 12 месяцев.

Рис. 4.3. Угрозы информационной безопасности по странам¹¹

Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Международные сопоставления показывают, что Россия находится в ряду стран, чье население наиболее часто подвергается вирусным атакам. Доля пользователей сети, сталкивающихся с ними, значительно выше, чем в странах – лидерах по проникновению Интернета (Исландии, Финляндии, Нидерландах, Люксембурге, Норвегии, Дании, Великобритании, Швеции) (рис. 4.3). Это может быть связано с недостаточным уровнем информационной грамотности россиян и нехваткой соответствующих навыков.

¹¹ Приведены доли респондентов, которые сталкивались с указанными угрозами информационной безопасности за последние 12 месяцев. Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2010 г.

В отличие от вирусных атак, показатели столкновения пользователей со спамом находятся в прямой корреляции со степенью проникновения Интернета. Представители годичной аудитории глобальной сети в странах-лидерах чаще остальных указывают на наличие несанкционированных рассылок. В России доля пользователей, получивших спам, практически минимальна (27%), как и в ряде других стран с аналогичным уровнем проникновения Интернета – Хорватии, Греции, Кипре.

4.2

Использование средств защиты информации населением

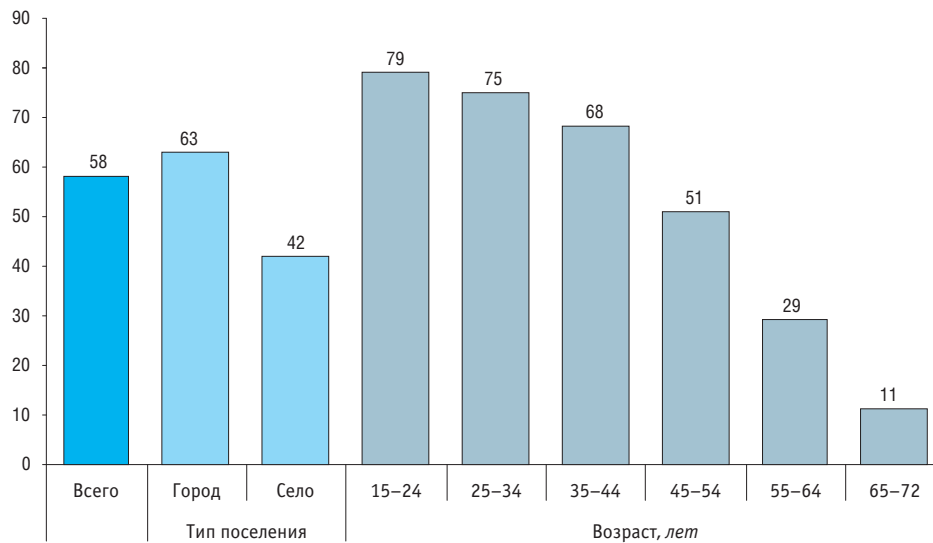
Применение средств защиты информации стало достаточно распространенной практикой среди россиян. За последние 12 месяцев к этим мерам прибегали более половины респондентов в возрасте 15–72 лет, что примерно в полтора раза выше аналогичных показателей 2010 г., полученных по результатам Мониторинга инновационного поведения населения [НИУ ВШЭ, 2013с]. Среди жителей городов и представителей возрастных групп 15–44 лет значение данного показателя выше, чем в среднем по выборке (рис. 4.4).

Наиболее востребованной мерой защиты информации среди респондентов, которые пользовались Интернетом за последние 12 месяцев, являются антивирусные средства – их применяют 83% данной категории пользователей (рис. 4.5). Еще 15% – устанавливают антиспамовые фильтры. Следует заметить, что 12% годовой аудитории Интернета получали спам, но не используют антиспамовые фильтры. Вероятно, это связано с тем, что спам не сильно досаждал российским пользователям, и часть из них не стремятся целенаправленно оградиться от него. Кроме того, антиспамовые фильтры могут быть установлены на компьютере без ведома пользователя. Например, многие почтовые сервисы автоматически перемещают подозрительные письма во вкладку «Спам» либо не допускают несанкционированной рассылки на электронные адреса.

Использование средств защиты информации более характерно для активных пользователей Интернета. При этом даже среди выходящих в сеть реже одного раза в месяц подобные меры применяют более половины респондентов (54%).

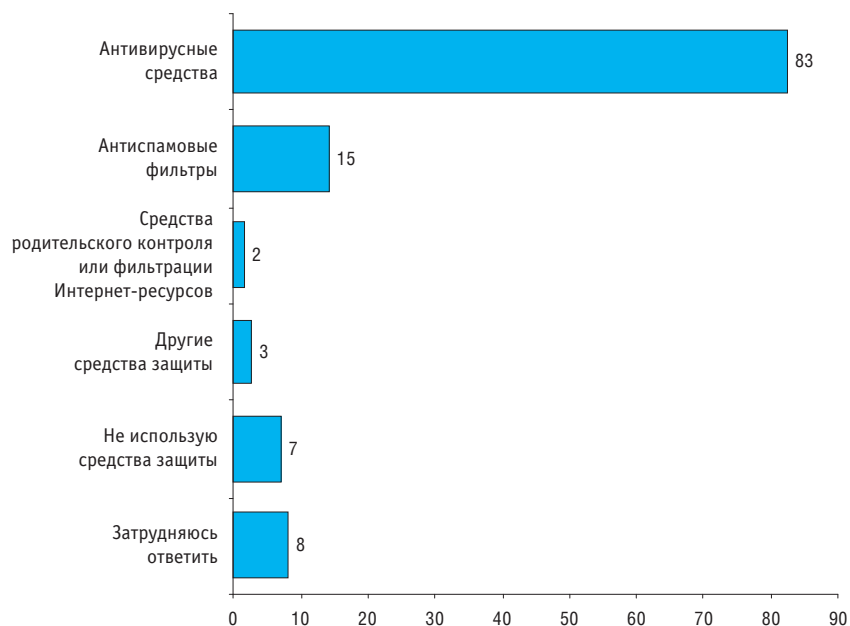
Международные сопоставления позволяют сделать вывод о том, что сформировавшаяся практика защиты информации в России находится на уровне других зарубежных стран. По масштабам ее распространения среди пользователей Россия близка к странам – лидерам по проникновению Интернета среди населения (85% в России против 96% в Нидерландах, 91 в Норвегии, 90 в Исландии, Финляндии и Люксембурге, 89% в Дании и Швеции). Отставание значений этих показателей для населения в целом обусловлено меньшим проникновением Интернета (рис. 4.6).

Рис. 4.4. Применение средств защиты информации: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



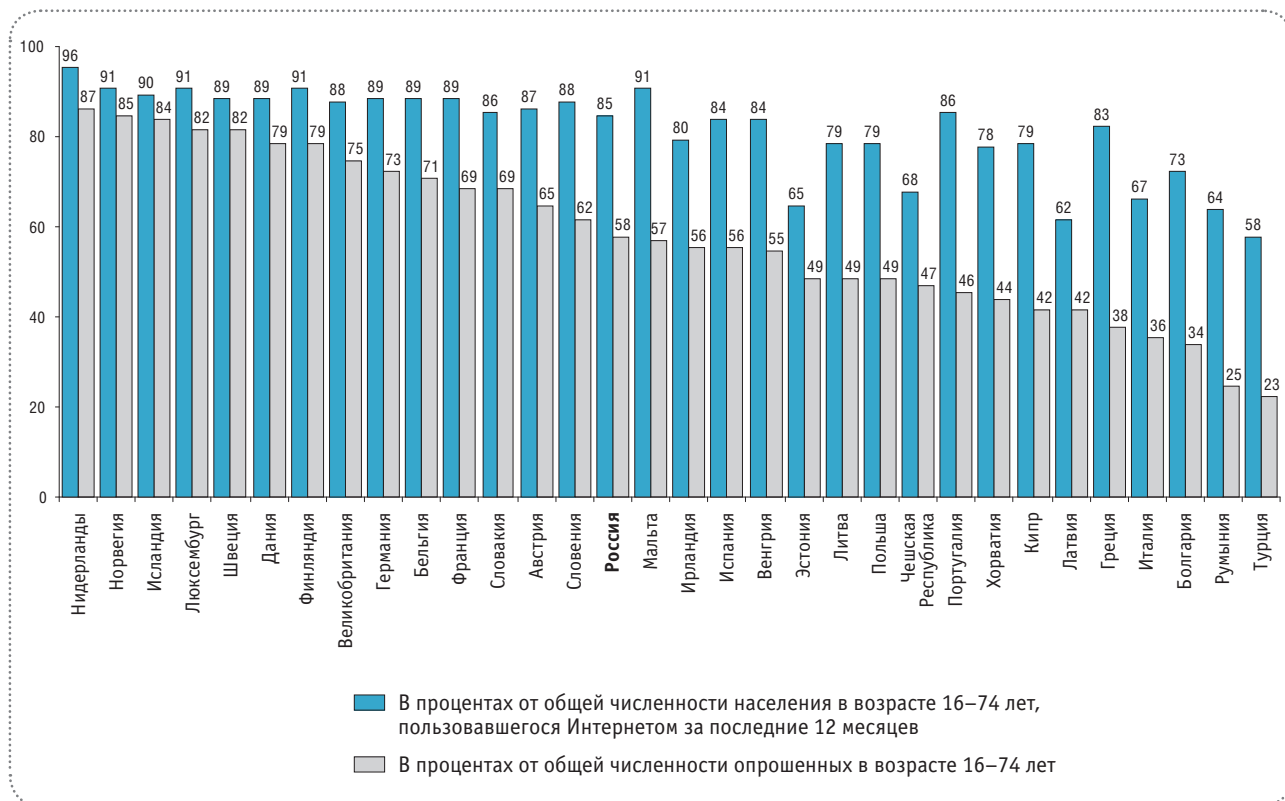
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 4.5. Применение средств защиты информации по видам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося Интернетом за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 4.6. **Использование средств защиты информации по странам ***



* Данные по России – за 2013 г.; зарубежным странам – за 2010 г.

Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

* * *

Проблемы информационной безопасности воспринимаются респондентами как нечто очевидное и не рассматриваются в качестве значимого барьера для использования Интернета. Всего 0.2% россиян не выходят в Интернет по этой причине, стремясь сохранить конфиденциальность персональных данных, ограничить доступ детей к нежелательной информации и программам и т.п. Во избежание таких проблем абсолютное большинство пользователей глобальной сети применяют защитные меры.



ГЛАВА 5

Электронная торговля

5.1

Использование Интернета в коммерческих целях

Развитие Интернета привело к виртуализации многих традиционных социальных практик. В частности, глобальная сеть стала торговым пространством, которое осваивается не только организациями, но и индивидуальными участниками. По данным Мониторинга инновационного поведения населения, в 2009 г. доля россиян, имевших хотя бы единичный опыт заказа товаров или услуг в Интернете без ограничения во времени, была втрое ниже, чем сегодня [НИУ ВШЭ, 2013с]. Впрочем, и на данный момент онлайн-заказы еще не получили широкого распространения в нашей стране: только 15% жителей за последние 12 месяцев покупали либо заказывали товары или услуги в Интернете (рис. 5.1). Даже среди регулярных пользователей, выходящих в сеть каждый или почти каждый день, подобную практику использовали лишь немногим более четверти (27%).

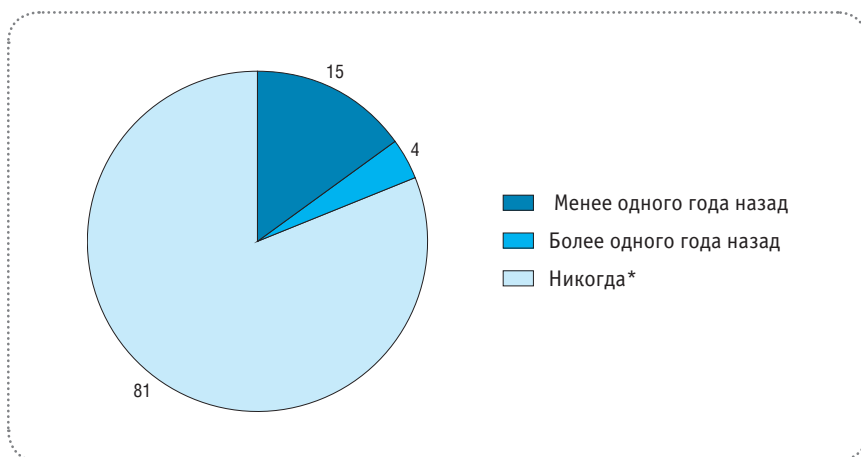
Приобретение продукции в Интернете подразумевает принятие непривычных для покупателя условий: отсутствие визуального контакта с продавцом и знакомой инфраструктуры торговых предприятий, оплата покупки до ее получения и т.д. Поэтому многие ограничиваются лишь поиском в Интернете информации о товарах и услугах, но покупки совершают в офлайн-каналах. По данным Мониторинга инновационного поведения населения, аудитория Интернет-магазинов объединяет наиболее молодую, образованную и активную часть населения, которую отличают не только более высокий доход и знание иностранных языков, позволяющее свободно искать и заказывать необходимые товары (в том числе на зарубежных порталах), но и явно выраженный интерес к новым технологиям. При этом данная категория населения активно взаимодействует с продавцами и производителями, оставляя отзывы и предлагая решения по совершенствованию выпускаемой ими продукции [НИУ ВШЭ, 2013с]. Можно заключить, что участие в электронной торговле пока является отличительной чертой наиболее восприимчивых к инновациям слоев населения, именуемых «новаторами» и «ранними последователями» [Rogers, 2003].

Таким образом, интернетизация – не единственный фактор распространения подобной практики. Если по масштабам использования Интернета показатели России близки к значениям Литвы, Польши и отдельных южноевропейских стран – Хорватии, Мальты, Португалии, Кипра, то по уровню популярности среди населения покупок через Интернет Россия заметно отстает от них (рис. 5.2).

Интернет-заказы получили достаточное признание среди городских жителей – за последние 12 месяцев 18% из них осуществляли покупки в сети. Среди сельского населения этот показатель значительно ниже – лишь 8%. Вовлеченность в электронную коммерцию также варьирует по возрастным группам. Онлайн-покупатели чаще встречаются среди населения в возрасте 20–44 лет, чем среди остальных возрастных когорт (рис. 5.3).

Рис. 5.1. Приобретение, заказ товаров и услуг через Интернет: 2013

(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

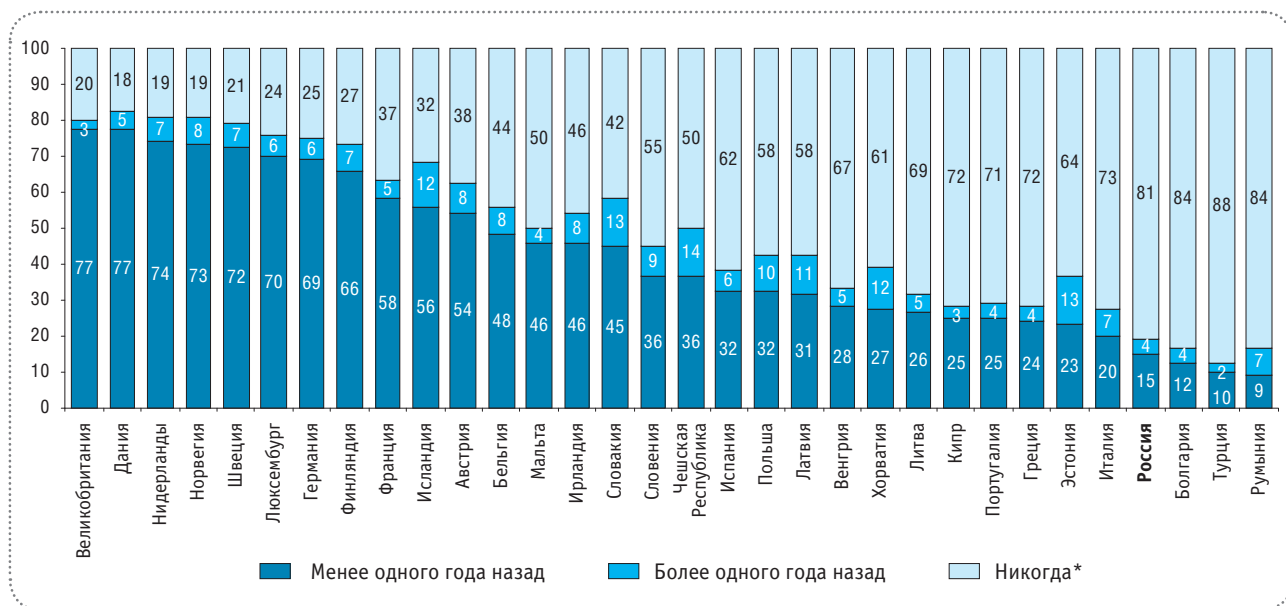


* В данную категорию также входят респонденты, которые никогда не пользовались Интернетом.

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 5.2. Приобретение, заказ товаров и услуг через Интернет по странам: 2013

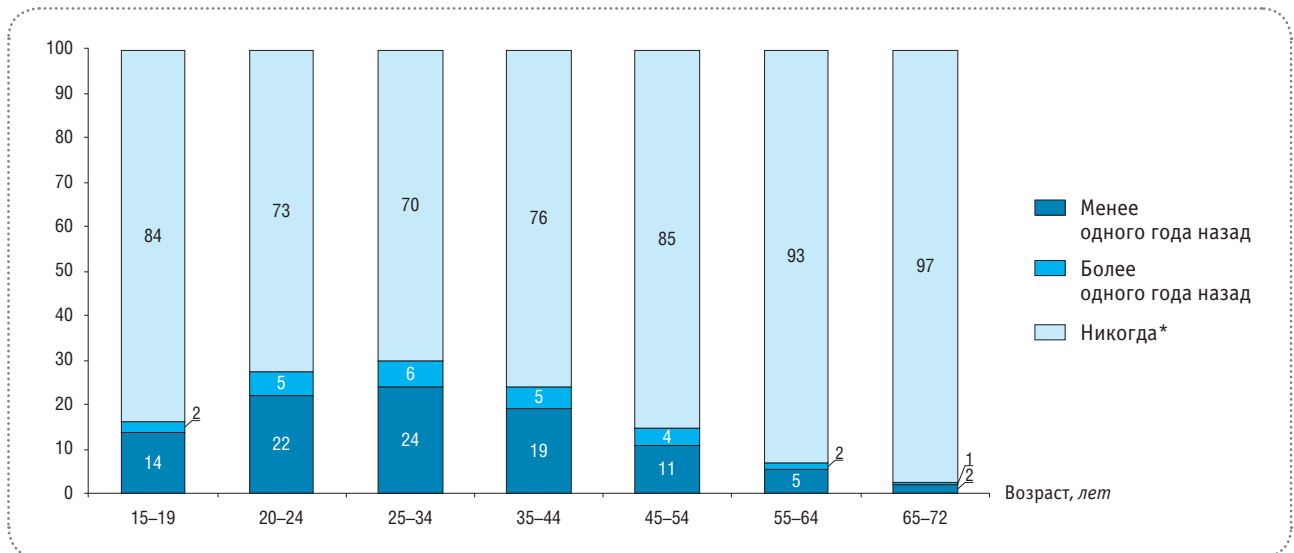
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



* В данную категорию также входят респонденты, которые никогда не пользовались Интернетом.

Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 5.3. Распространенность покупок через Интернет по возрастным группам населения: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



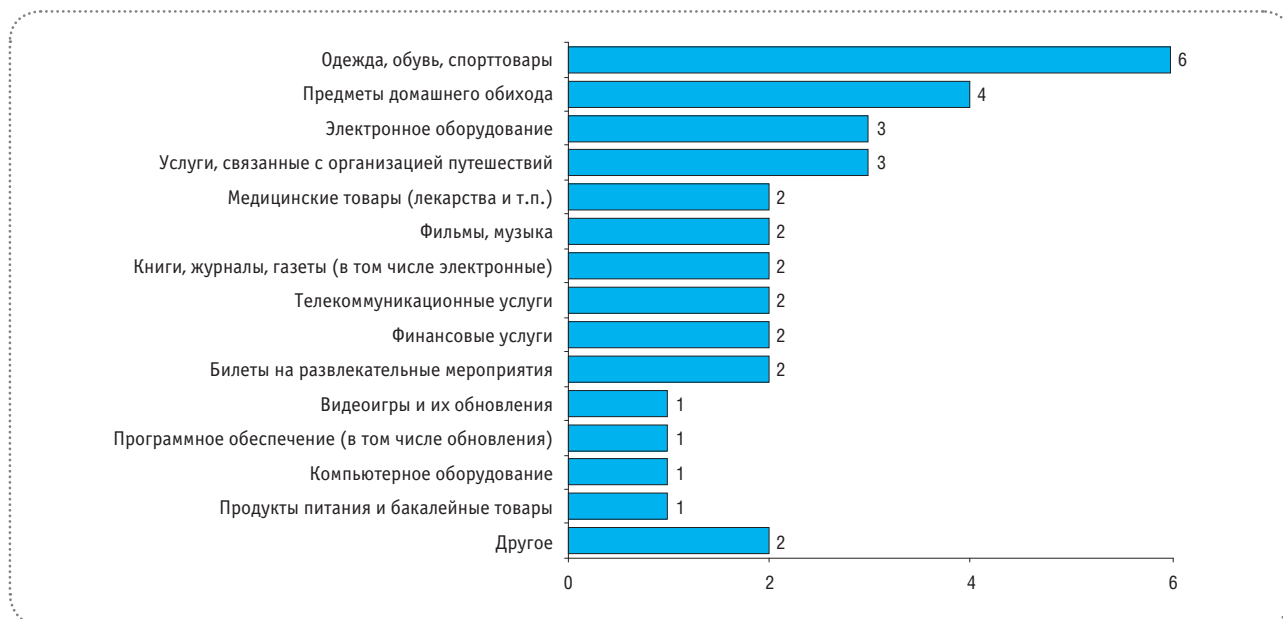
* В данную категорию также входят респонденты, которые никогда не пользовались Интернетом.
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

5.2 Товары и услуги, приобретаемые в Интернете

Доли онлайн-покупателей среди всех опрошенных по отдельным товарным группам в настоящее время не превышают 6% (рис. 5.4). Впрочем, проблема низкой покупательской активности в Интернете связана не только с предпочтением обычных (офлайн) магазинов. Огромное количество информации (программное обеспечение, игры, музыка и т.п.) находится в открытом доступе на официальных сайтах, и возможность ее бесплатного скачивания становится все более востребованной. Так, 32% респондентов в возрасте 15–72 лет за последние три месяца скачивали фильмы, изображения, музыку, смотрели видео в Интернете, слушали музыку или радио, и лишь 2% покупали фильмы и музыку (рис. 3.1 и 5.4). Аналогичная ситуация наблюдается и в отношении игр (21% против 1). Менее разительно расхождение между потреблением и покупкой программного обеспечения (7% против 1).

Распределение долей различных товарных групп, заказанных в Интернете, среди онлайн-покупателей в целом позволяет более детально изучить структуру спроса (табл. 5.1). Наиболее популярны товары категории «Одежда, обувь, спорттовары» (40%). Второе место занимают предметы домашнего обихода (29%), а третьи делят услуги, связанные с организацией путешествий, и электронное оборудование (соответственно 20 и 18%). Стоит отметить, что потребительская корзина городских онлайн-покупателей шире, чем сельских. В частности, первые чаще покупают на Интернет-сайтах одежду, обувь и спорттовары (41% против 34), предметы домашнего обихода (30% против 23), услуги, связанные с организацией путешествий (21% против 8), электронное оборудование (20% против 9) и билеты на развлекательные мероприятия (17% против 6), но реже – телекоммуникационные услуги (14% против 19).

Рис. 5.4. Приобретение, заказ товаров и услуг через Интернет по видам: 2013¹²
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата

Табл. 5.1. Специфика товарных предпочтений пользователей Интернета: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, совершавшего покупки в Интернете за последние 12 месяцев)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол	
		Город	Село	15–19	20–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины
Одежда, обувь, спорттовары	40	41	34	41	45	45	39	31	24	21	31	46
Предметы домашнего обихода	29	30	23	12	22	31	32	33	30	22	22	34
Услуги, связанные с организацией путешествий	20	21	8	8	17	20	23	21	20	23	21	19
Электронное оборудование (бытовая техника, мобильные телефоны, электролампы и др.)	18	20	9	12	16	20	20	18	18	20	23	15

¹² Приведены доли респондентов, которые приобретали, заказывали соответствующие товары и услуги через Интернет за последние 12 месяцев.

(окончание)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол	
		Город	Село	15–19	20–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины
Билеты на развлекательные мероприятия	16	17	6	15	19	16	17	11	11	10	15	16
Телекоммуникационные услуги	15	14	19	18	15	14	14	15	13	14	18	12
Книги, журналы, газеты (в том числе электронные)	14	14	14	14	14	14	14	13	17	15	13	15
Финансовые услуги	14	13	15	6	10	14	16	17	15	9	14	14
Фильмы, музыка	13	13	13	22	19	13	10	9	6	6	16	11
Медицинские товары (лекарства и т.п.)	10	10	7	4	5	8	11	16	19	24	8	12
Компьютерное оборудование	10	10	6	12	12	10	9	7	6	9	15	5
Видеоигры и их обновления	9	10	8	19	14	10	8	4	4	1	14	6
Программное обеспечение (в том числе обновления)	9	10	7	11	10	10	8	8	9	8	13	6
Продукты питания и бакалейные товары	6	6	2	3	4	6	7	6	9	6	5	6

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Покупательские предпочтения напрямую соотносятся со стилем жизни людей, который, в свою очередь, зависит от их возраста и других характеристик. Молодежь чаще выбирает товары для развлечения (фильмы, музыку, видеоигры), покупатели более старших возрастных групп – предметы домашнего обихода и медицинские товары, а также финансовые услуги.

Кроме того, существуют явные гендерные различия: для мужчин более привлекателен ассортимент товаров, относящихся к технике и услугам связи (электронное и компьютерное оборудование, программное обеспечение, телекоммуникационные услуги), а также развлечениям (видеоигры, фильмы и музыка), женщины охотнее приобретают предметы домашнего обихода (мебель, посуду и т.п.), одежду, обувь, спорттовары.

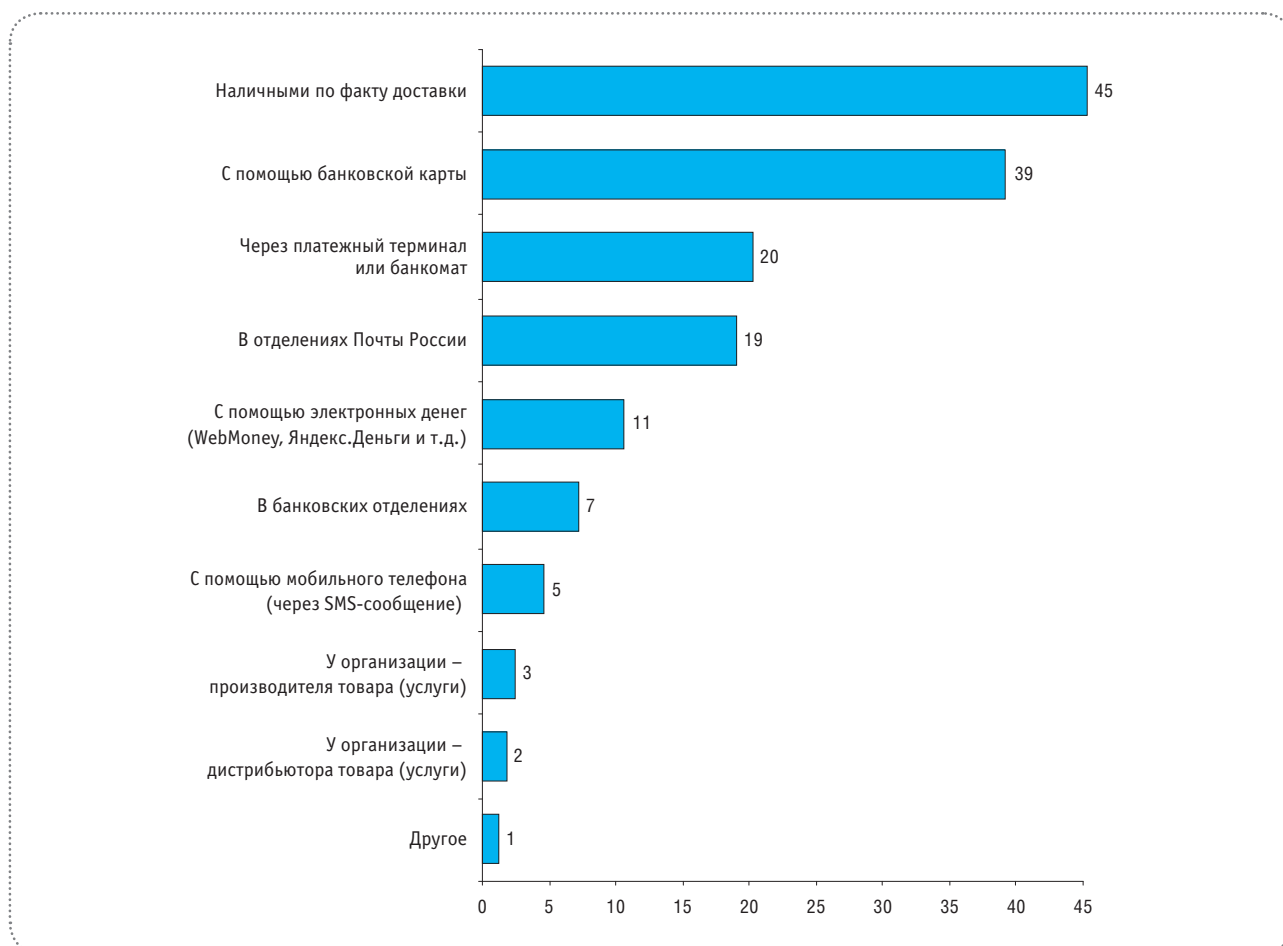
5.3

Способы оплаты и география онлайн-покупок

Самые распространенные способы оплаты совершаемых в Интернете покупок – наличный расчет при доставке и безналичный с помощью банковской карты (соответственно 45 и 39%). На третьем месте по популярности находятся оплата через платежные терминалы/банкоматы (20%) и в отделениях Почты России (19%). Последний вариант более востребован в сельской местности (31%). Иные способы оплаты онлайн-покупок применяются реже (рис. 5.5). При этом выбор во многом зависит от типа товара. Продукция, получаемая через Интернет, чаще оплачивается по безналичному расчету.

Молодежь в возрасте 15–19 лет реже остальных респондентов оплачивает покупки наличными (37% против 45 среди населения в целом) или банковской картой (19% против 39), предпочитая оплату через платежный терминал (25% против 20).

Рис. 5.5. Способы оплаты онлайн-покупок по видам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, совершавшего покупки в Интернете за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Табл. 5.2. Способы оплаты онлайн-покупок: 2013
 (в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет,
 совершавшего покупки в Интернете за последние 12 месяцев)

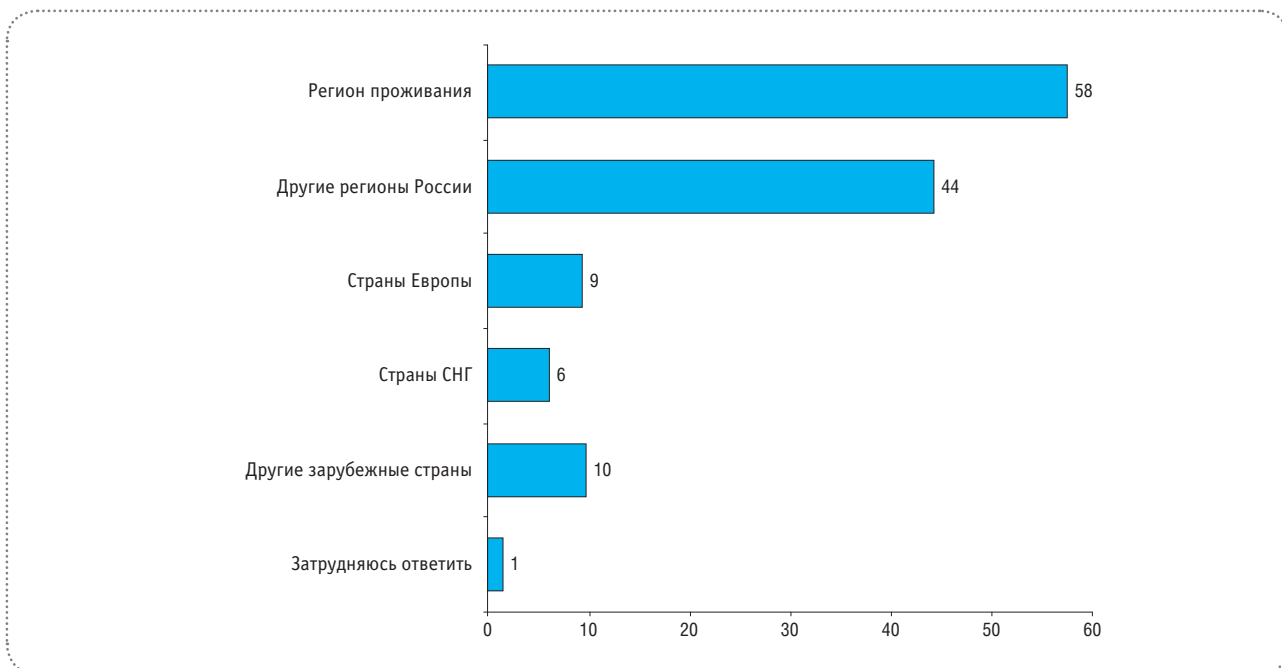
	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол	
		Город	Село	15–19	20–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины
Наличными по факту доставки	45	48	24	37	44	46	47	46	45	44	44	46
С помощью банковской карты	39	40	34	19	35	44	42	38	39	36	42	37
Через платежный терминал или банкомат	20	20	24	25	23	20	19	21	16	20	22	19
В отделениях Почты России	19	17	31	19	18	19	20	19	22	20	16	22
С помощью электронных денег (WebMoney, Яндекс. Деньги и т.д.)	11	11	6	15	12	12	10	7	6	7	14	8
С помощью мобильного телефона (через SMS-сообщение)	5	5	5	11	7	4	4	4	3	2	5	4

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Частота оплаты заказов электронными деньгами или с помощью мобильного телефона находится в отрицательной корреляции с возрастом онлайн-покупателя. Электронные деньги, как и оплата банковскими картами, более популярны среди мужчин (14% против 8 среди женщин). Это может быть обусловлено тем, что мужчины активнее женщин интересуются технологичными решениями. Женщины же чаще мужчин совершают оплату в отделениях Почты России (табл. 5.2).

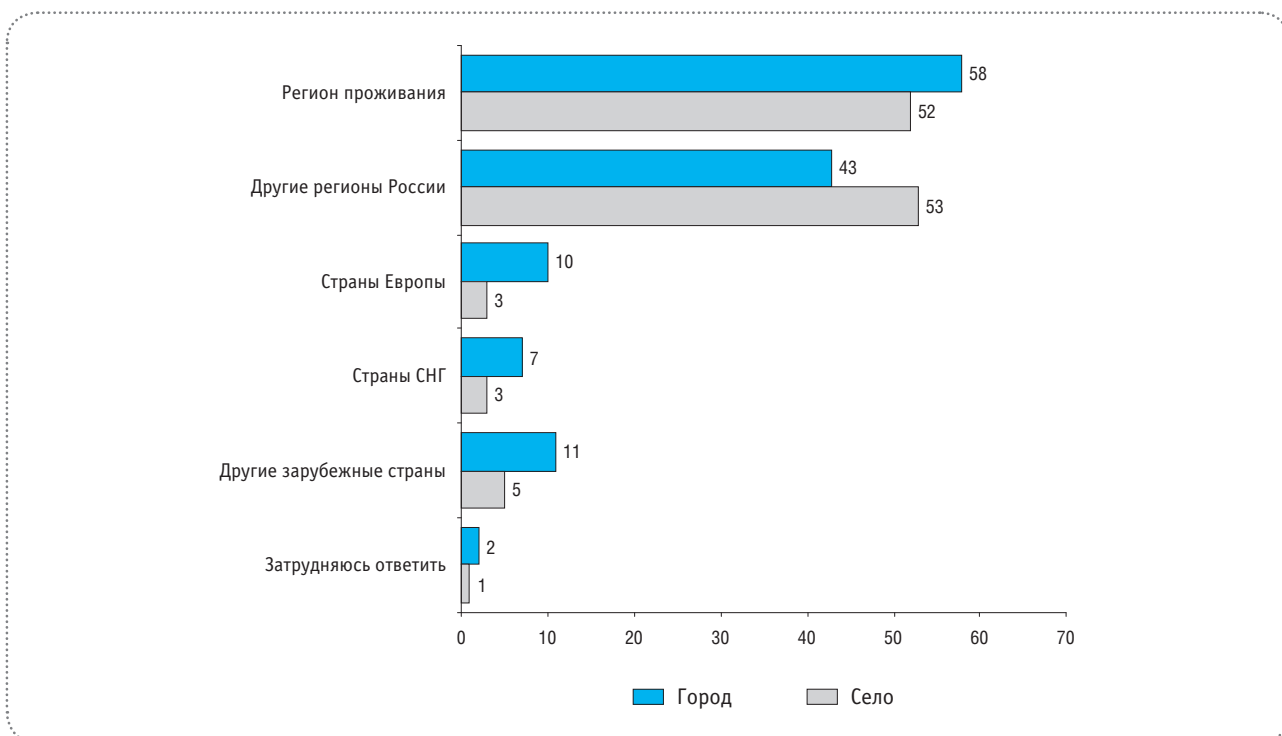
Что касается регионального распределения онлайн-покупок, то подавляющее большинство из них заказывались в России, причем чаще по месту проживания, чем из других населенных пунктов (58% против 44). Из зарубежных стран товары заказывали гораздо реже: из европейских – 9%, из стран СНГ – 6% (рис. 5.6). В целом по выборке за последние 12 месяцев 14% заказывали товары/услуги в России, 3% – за рубежом.

Рис. 5.6. Распределение онлайн-покупок по регионам: 2013
 (в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, совершавшего покупки в Интернете за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 5.7. Региональные предпочтения для совершения онлайн-покупок: 2013
 (в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, совершавшего покупки в Интернете за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

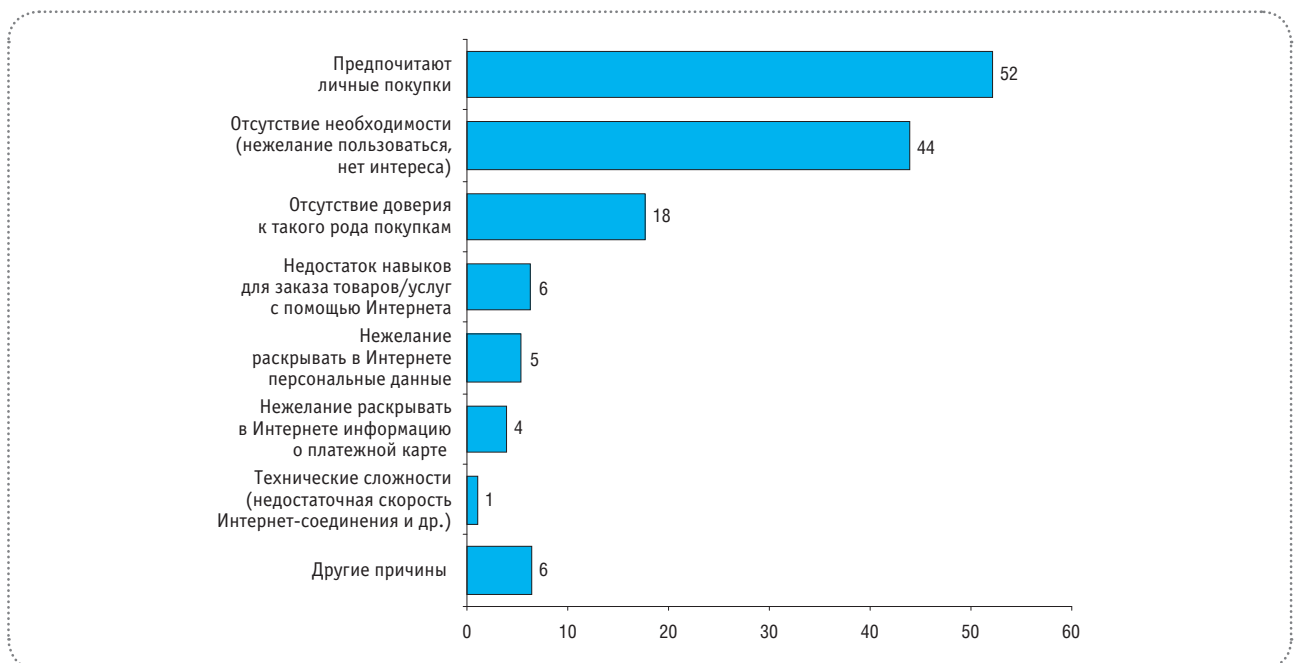
Интернет обеспечивает возможность купить товар даже в том случае, если он не продается в месте проживания или условия его продажи не устраивают потребителя. Так, онлайн-покупатели, проживающие в сельской местности, реже городских жителей заказывают товары в своем регионе (52% против 58) и чаще – в других населенных пунктах (53% против 43). Горожане активнее осуществляют покупки в зарубежных Интернет-магазинах, где предлагают более выгодные условия, а также есть возможность приобрести товары, не представленные в России (рис. 5.7).

5.4 Факторы, сдерживающие развитие электронной торговли

Основная часть населения не склонна к трансформации своего покупательского поведения и предпочитает традиционные формы потребления. Например, 52% респондентов, которые никогда не совершали покупок в Интернете либо делали это более года назад, отметили, что отдают предпочтение личным/офлайновым приобретениям, 44% – не видят необходимости в приобщении к новым способам торговли. Еще около пятой части (18%) выразили недоверие к Интернет-продукции. Другие причины играют существенно меньшую роль (рис. 5.8).

Примечательно, что структура барьеров для осуществления онлайн-заказов стабильна и практически не различается в разных социально-демографических группах. Это свидетельствует о том, что для большинства пользователей Интернет пока не стал естественной средой, его функционал ограничивается в основном коммуникативными, информационными и развлекательными практиками.

Рис. 5.8. Причины отказа от совершения покупок в Интернете: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, совершавшего покупки в Интернете более года назад или никогда не совершавшего)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

* * *

Учитывая, что онлайн-заказы пока находятся на этапе раннего освоения инновации, внедрение этой практики в обиход широких слоев населения может занять весьма продолжительный период. Это в значительной степени зависит от распространения через социальные связи населения и другие коммуникативные каналы информации о простоте заказа товаров и услуг в Интернете и их безопасности для потребителя.



ГЛАВА 6

Электронное правительство

6.1

Взаимодействие населения с органами государственной власти и местного самоуправления

Интернет открывает возможности не только для межличностного общения, поиска информации и электронной торговли, но и для решения административных вопросов, получения государственных и муниципальных услуг в электронном виде.

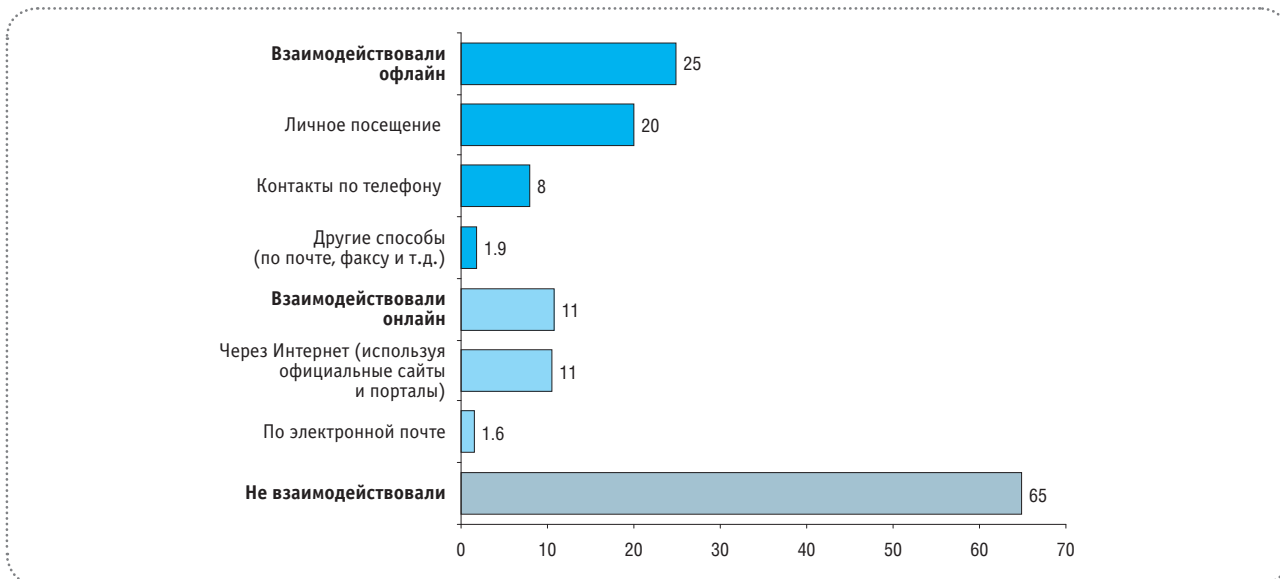
Сегодня 35% населения России имеют опыт взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления – поставщиками государственных и муниципальных услуг. При этом каждый третий представитель данной группы (33%) общался с органами власти через Интернет (включая электронную почту). Доля пользователей специализированных Интернет-порталов (без учета использования электронной почты) среди всех взаимодействовавших с органами государственной власти и местного самоуправления составляет 31%, из них 45% – зарегистрированы на Едином или региональных порталах государственных и муниципальных услуг, 14% – обладают личной электронной подписью, необходимой для получения таких услуг (в целом по выборке – 11; 7 и 2% соответственно).

В целом россияне предпочитают контактировать с государством офлайн – подобный опыт за последние 12 месяцев имеет каждый четвертый опрошенный. К таким взаимодействиям относятся личное посещение (20%), контакты по телефону (8%), а также другие способы – почта, факс и т.д. (2%) (рис 6.1).

Чаще всего в электронной форме получают государственные и муниципальные услуги лица в возрасте 25–44 лет (рис. 6.2). Старшее поколение слабо вовлечено в эту практику: в группе 55–72 лет подобными услугами пользуются лишь 5%. Онлайн-взаимодействие с органами власти более распространено в городах – 14% против 4 в сельской местности.

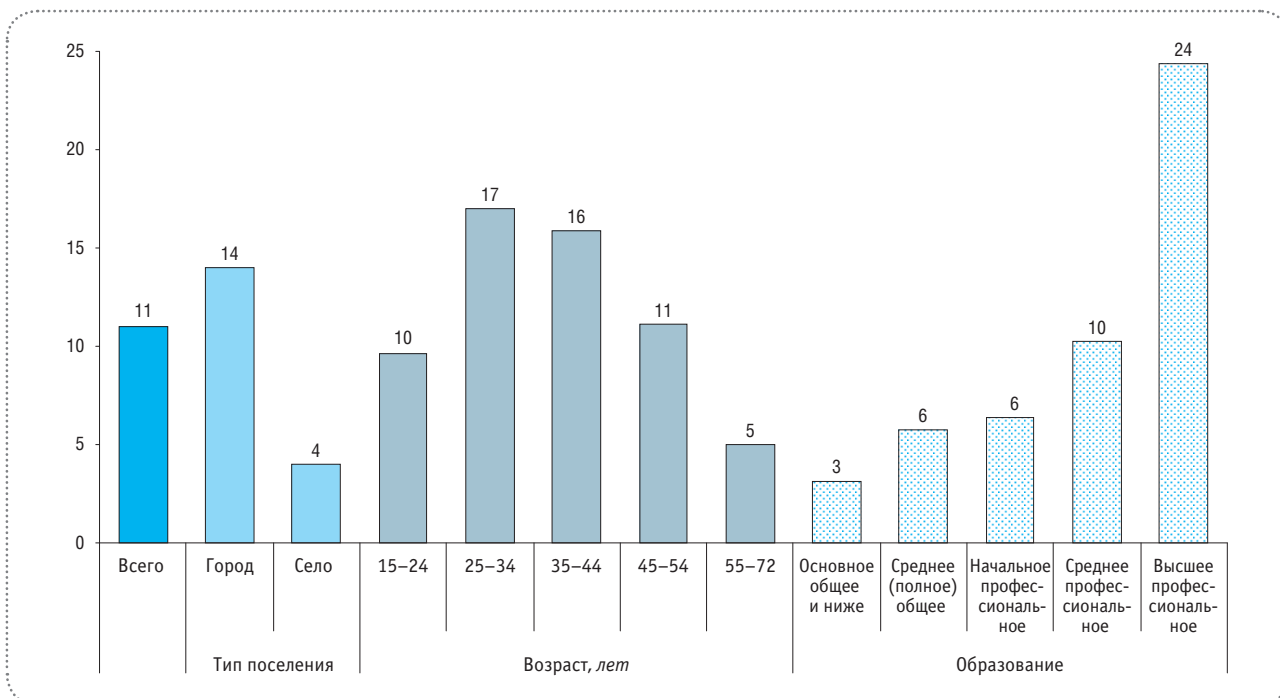
Готовность к такому способу коммуникации в определенной мере зависит от уровня образования населения: его используют 24% респондентов с высшим образованием, в то время как среди получивших среднее профессиональное образование эта доля ниже в два с лишним раза. Представители остальных образовательных групп выбирают его еще реже.

Рис. 6.1. Способы взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления: 2013¹³
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 6.2. Взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления в электронной форме: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

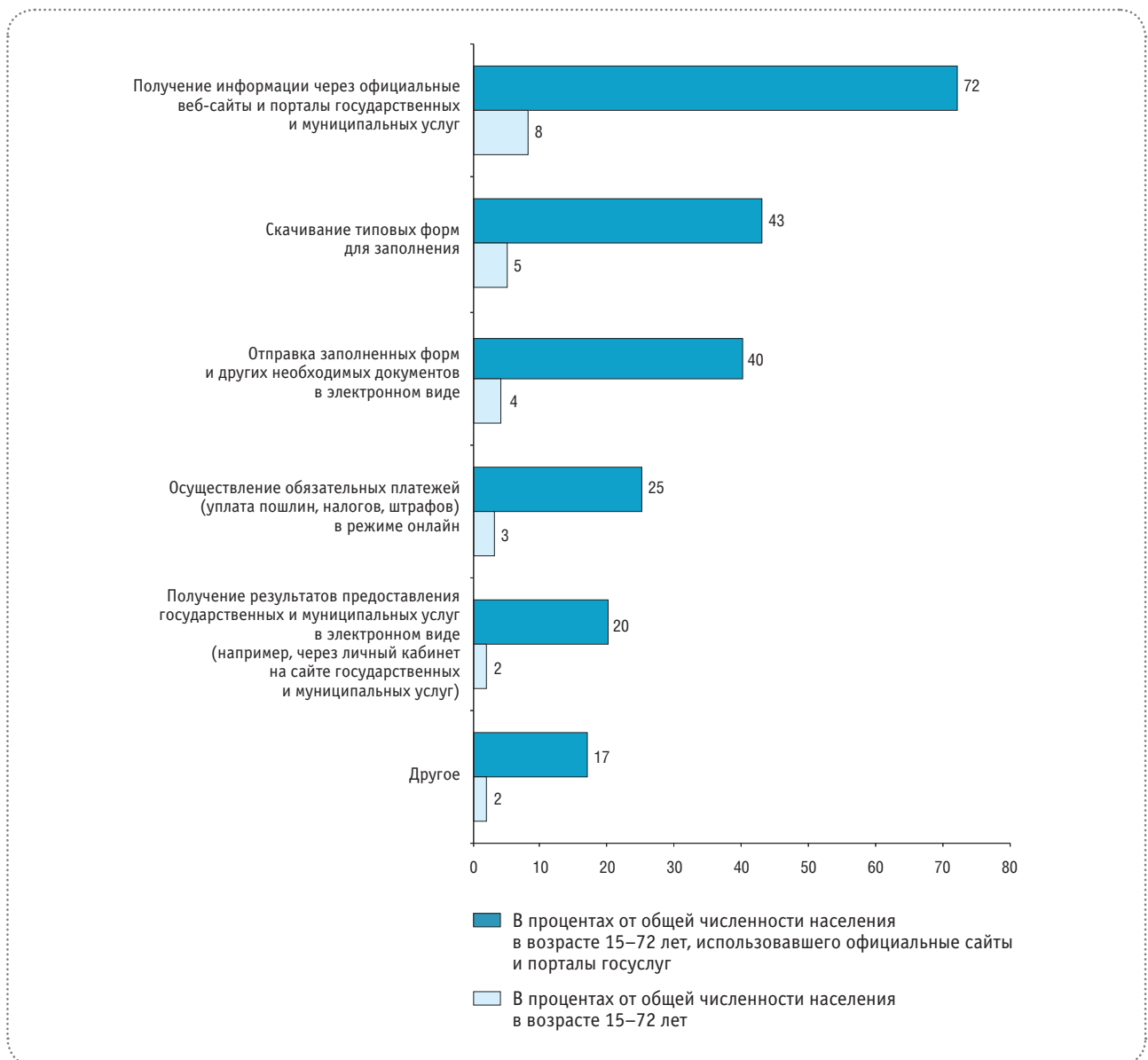
¹³ Сумма может превышать 100%, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа. Здесь и далее на рис. 6.2–6.8 приведены доли респондентов, которые осуществляли указанные виды деятельности за последние 12 месяцев.

6.2

Онлайн-взаимодействие населения с органами государственной власти и местного самоуправления

Наиболее востребованный в России вид онлайн-взаимодействия населения с органами государственной власти и местного самоуправления – получение информации на их сайтах и порталах госуслуг. Такой практики придерживались почти три четверти пользователей подобных ресурсов (72%), или 8% всех опрошенных. Скачивали типовые формы для заполнения 43%, отправляли заполненные формы и другие необходимые документы 40% (соответственно 5 и 4% опрошенных); четверть осуществляли обязательные платежи в сети, а пятая часть предпочли получать результаты предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде (рис. 6.3).

Рис. 6.3. Онлайн-взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления по видам: 2013



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

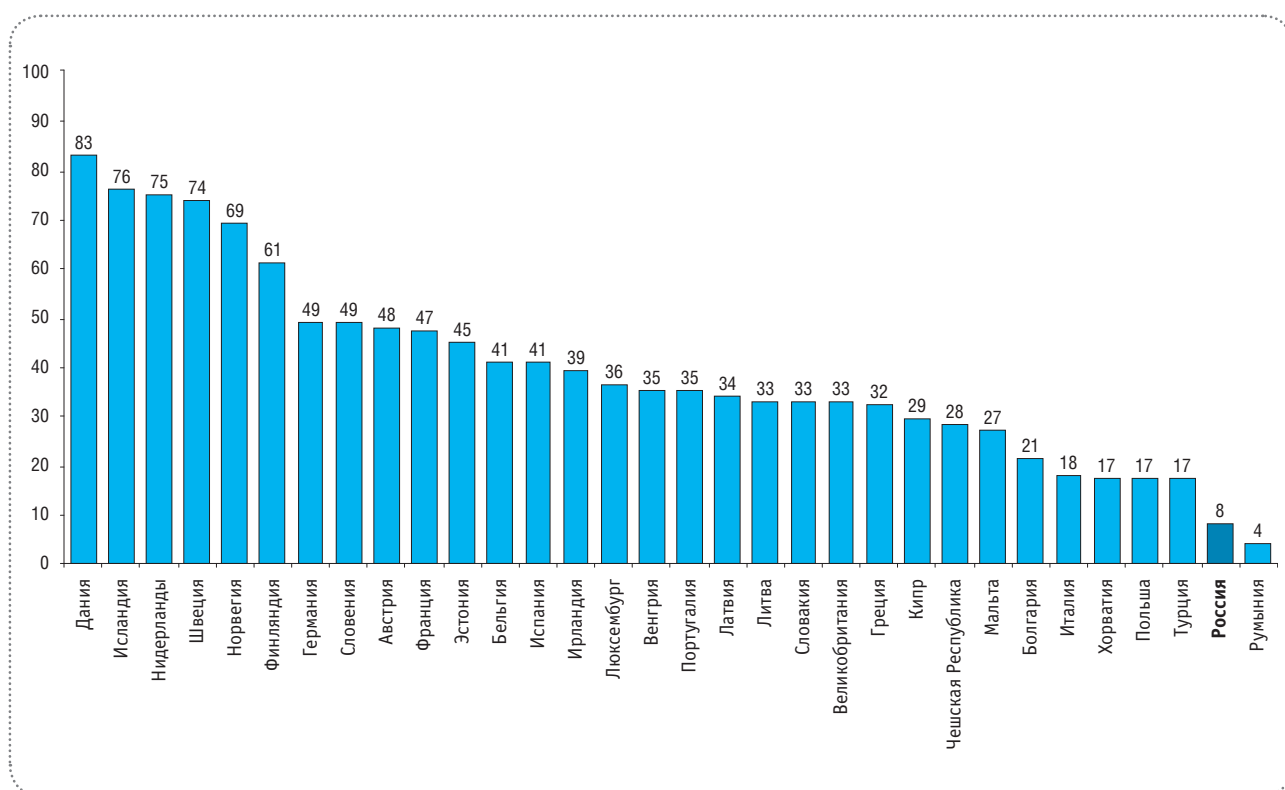
По масштабам электронного взаимодействия с органами власти Россия существенно отстает практически от всех европейских стран. Так, например, в Дании, Исландии, Нидерландах, Швеции, Норвегии и Финляндии абсолютное большинство жителей получают информацию через официальные сайты и порталы госуслуг (рис. 6.4). Даже в странах, где показатели распространения Интернета близки к отечественным, – Италии, Хорватии, Польше, Турции – уровень востребованности госуслуг в электронном виде вдвое выше, чем в России.

Более активное взаимодействие с органами власти – скачивание различных форм и отправка заполненных – распространено в европейских странах меньше. Тем не менее, такую практику использовали свыше половины жителей Исландии, Нидерландов и Дании (рис. 6.5, 6.6).

Различные виды онлайн-взаимодействия с органами власти наиболее характерны для респондентов, активно использующих глобальную сеть (рис. 6.7). Среди ежедневной Интернет-аудитории доля тех, кто использовал официальные информационные ресурсы (14%), вдвое превышает аналогичный показатель среди пользователей, выходящих в сеть не менее одного раза в неделю (но не каждый день).

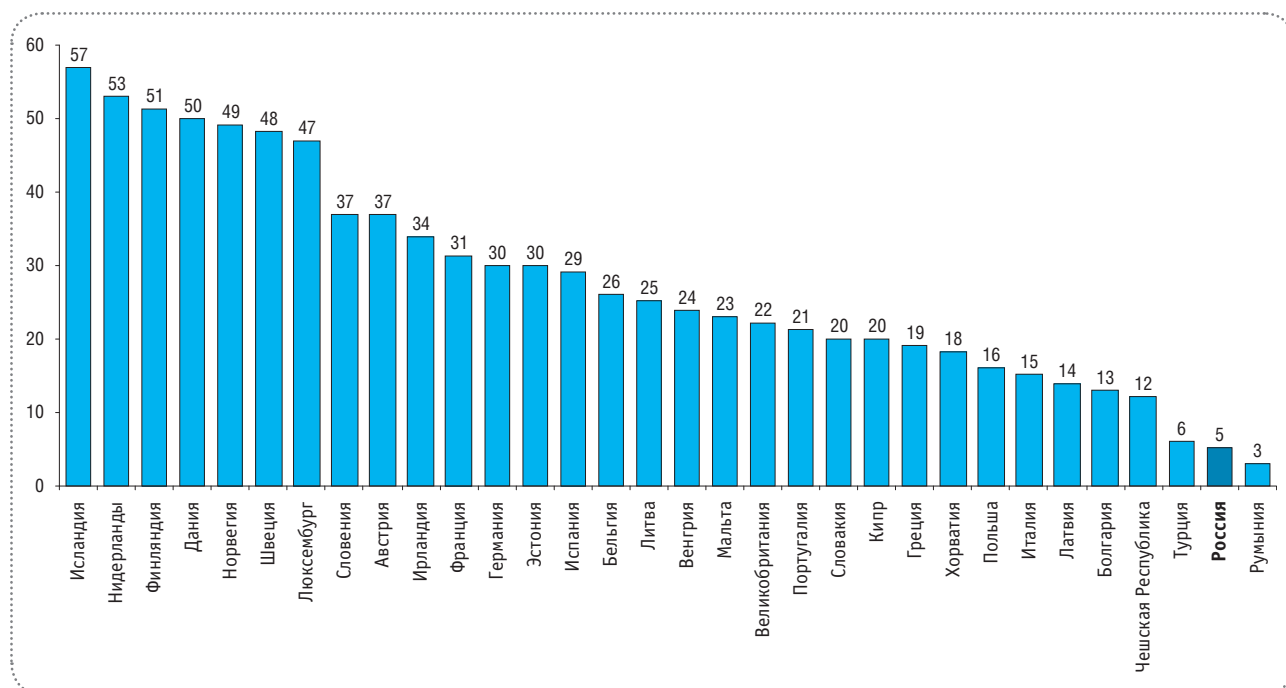
Рис. 6.4. Получение информации на сайтах и порталах госуслуг по странам: 2013

(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



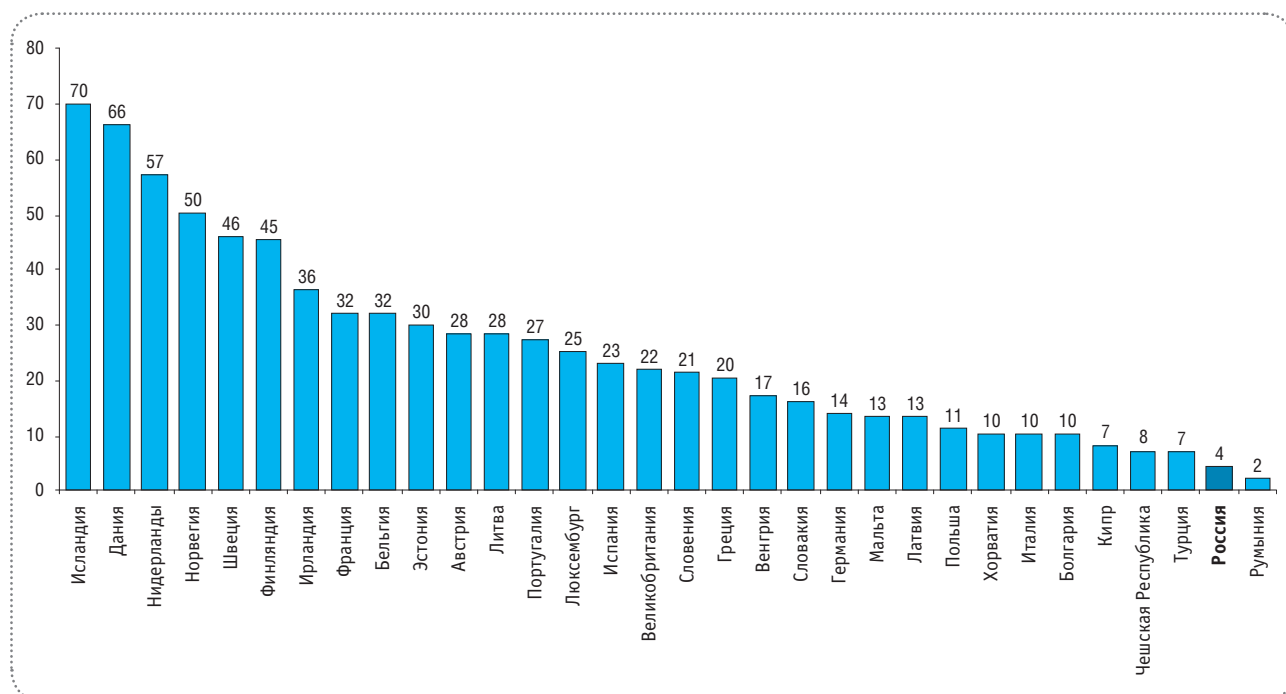
Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 6.5. Скачивание форм с сайтов органов власти по странам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



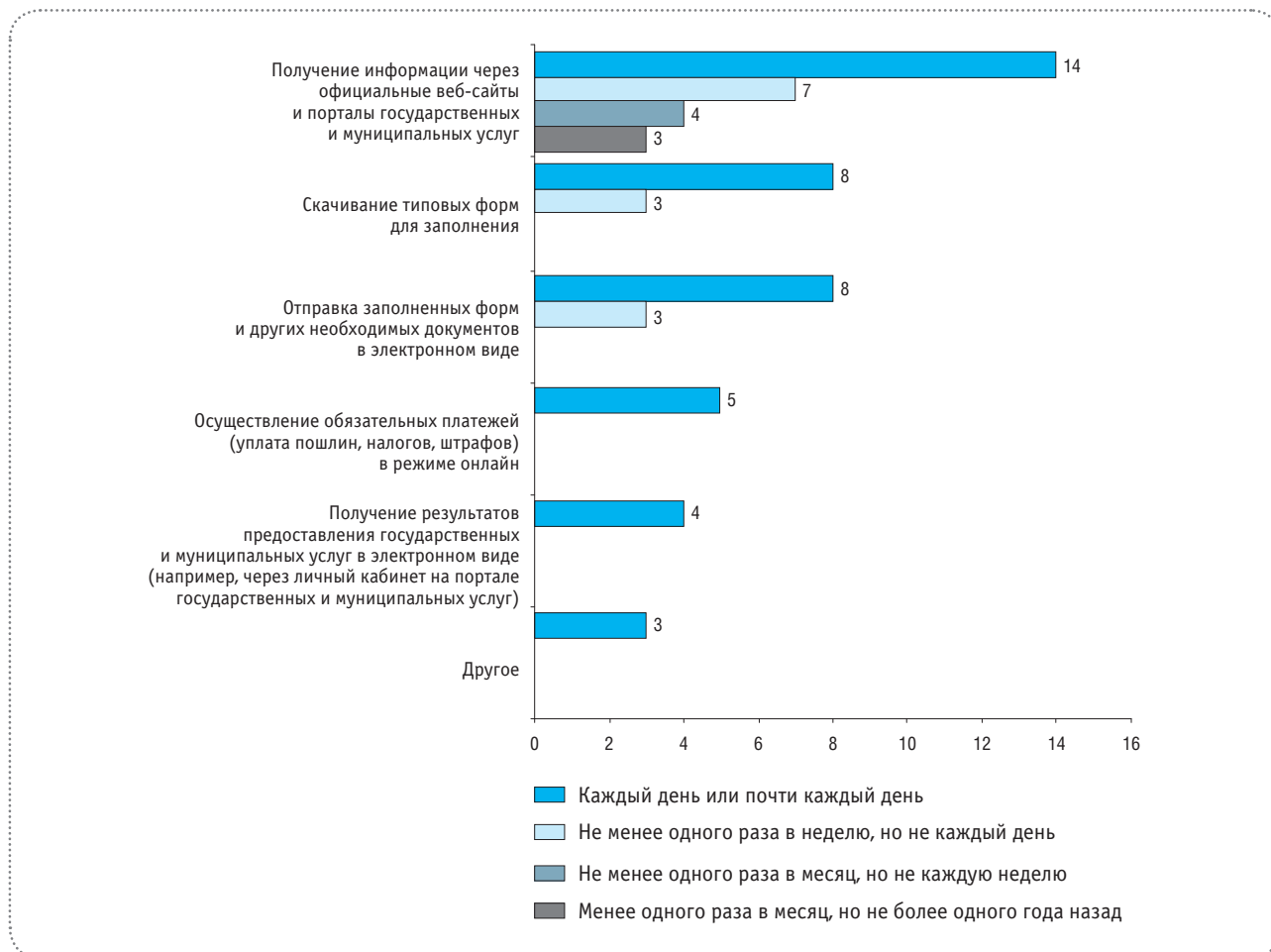
Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 6.6. Отправка заполненных форм на сайты органов власти по странам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 16–74 лет)



Источники: Россия – Росстат; зарубежные страны – Евростат.

Рис. 6.7. **Онлайн-взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления по частоте использования Интернета: 2013***
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

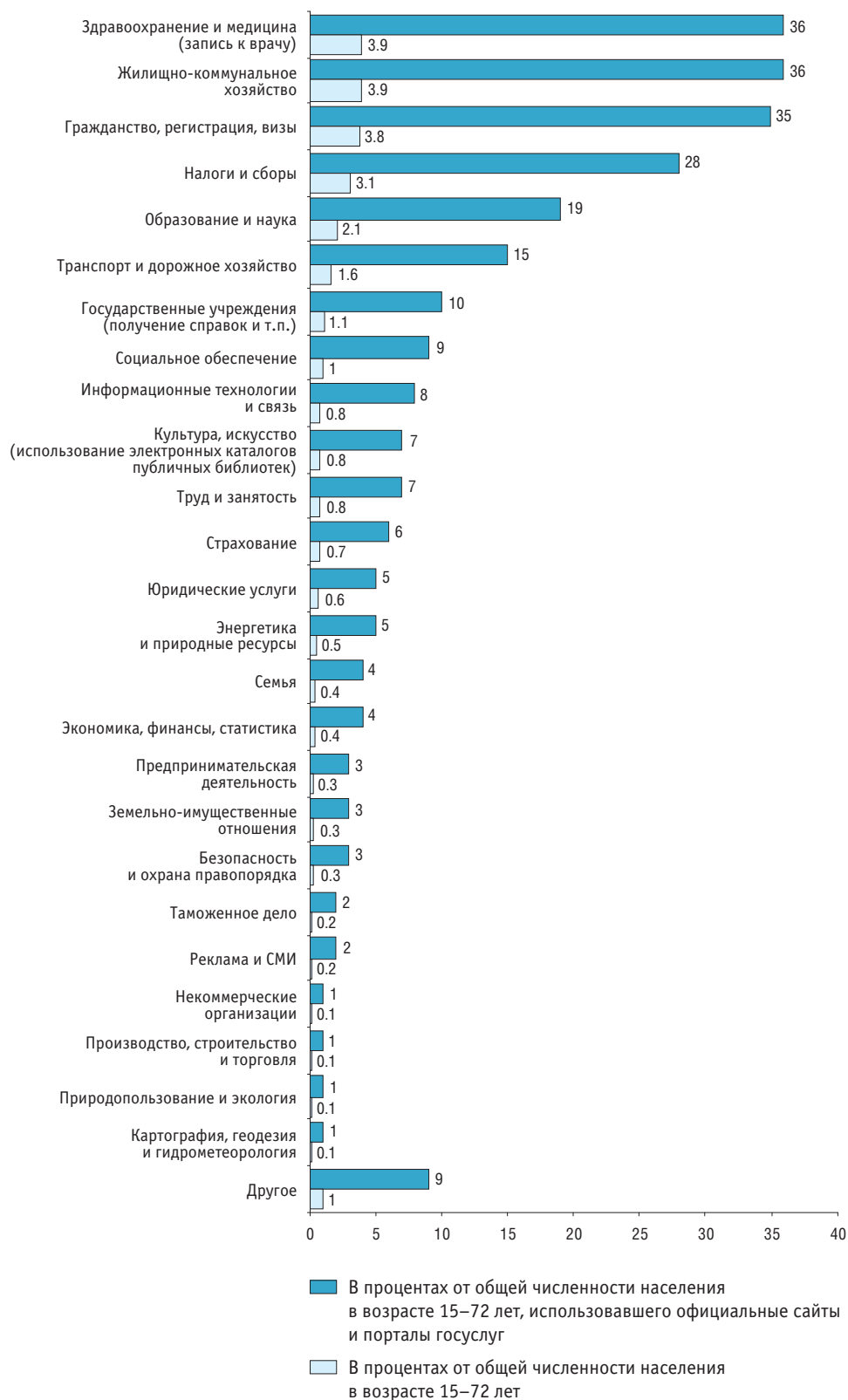


* Значения «2» и менее на графике не показаны.
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

6.3 Государственные и муниципальные услуги, получаемые в электронном виде

Среди основных государственных и муниципальных услуг, получаемых через Интернет, особой популярностью пользуются: услуги в области здравоохранения и в сфере ЖКХ (по 36% респондентов, использовавших сайты и порталы государственных и муниципальных услуг при взаимодействии с органами власти), оформление гражданства, регистрации или визы (35%). Среди опрошенных в целом доли этих услуг составляют около 4%. Более четверти пользователей сервиса подавали через портал налоговые документы или оплачивали налоги, почти пятая часть – оформляли услуги в сфере образования и науки. Услуги в области транспорта и дорожного хозяйства получали 15% пользователей сервиса, архивные справки и другие услуги государственных учреждений – 10, оформляли социальное обеспечение – 9, получали услуги в области информационных технологий и связи – 8%. Доли прочих услуг еще ниже (рис. 6.8).

Рис. 6.8. Государственные и муниципальные услуги, получаемые в электронном виде: 2013



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Спрос на ряд услуг заметно различается в зависимости от возраста, пола и состава семьи (табл. 6.1). Запись на прием к врачу онлайн особенно актуальна для пользователей порталов в возрасте 55–72 лет (46% против 36 в среднем), при этом женщины реализуют такую возможность чаще (42% против 29 среди мужчин). Услуги в сфере ЖКХ более востребованы респондентами в возрасте 35–72 лет (41% против 36 в среднем) и женщинами (39% против 32 среди мужчин). Оформление документов для получения гражданства, регистрации, визы чаще, чем в среднем, осуществляется пользователями сервиса 20–24 лет (42% против 35), причем более активно – мужчинами (38% против 33 среди женщин). Возраст в значительной мере определяет спрос на услуги оформления налоговых документов. Услуги в области образования, напротив, пользуются максимальным спросом у молодежи 15–19 лет (40% против 19 в среднем). Среди более старших возрастных групп они популярнее всего у респондентов 35–44 лет. Кроме того, использование подобных услуг более характерно для женщин (23% против 15 среди мужчин).

Табл. 6.1. Население, получающее государственные и муниципальные услуги в электронном виде, по полу и возрастным группам: 2013
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, пользовавшегося официальными сайтами и порталами госуслуг за последние 12 месяцев)

	Всего	Возраст, лет						Пол	
		15–19	20–24	25–34	35–44	45–54	55–72	Мужчины	Женщины
Здравоохранение и медицина	36	31	28	35	39	36	46	29	42
Жилищно-коммунальное хозяйство	36	20	26	32	41	42	41	32	39
Гражданство, регистрация, визы	35	33	42	37	35	33	28	38	33
Налоги и сборы	28	10	16	28	32	34	29	29	28
Образование и наука	19	40	19	19	28	12	6	15	23

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

6.4 Факторы, сдерживающие развитие электронных услуг

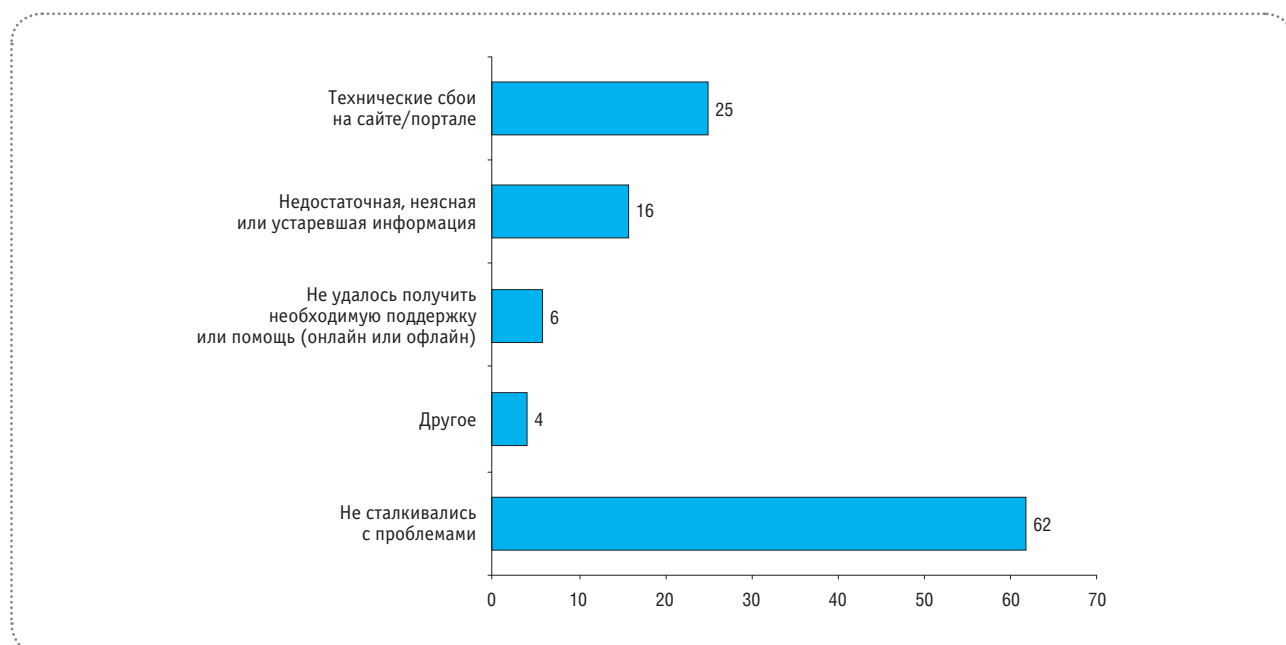
При использовании официальных веб-сайтов и порталов государственных и муниципальных услуг за последние 12 месяцев 38% опрошенных сталкивались с различными проблемами (рис. 6.9). Чаще всего жалобы касались технических сбоев на сайтах или порталах и достоверности опубликованной на них информации (соответственно 25 и 16%).

Любопытно, что несмотря на обозначенные проблемы, абсолютное большинство аудитории официальных информационных ресурсов частично или полностью удовлетворены качеством предоставляемых на них услуг (49 и 48% соответственно).

Среди получателей госуслуг офлайн в качестве основной причины такого выбора названо желание личного контакта, причем вне зависимости от интенсивности использования Интернета (рис. 6.10). Этот фактор назвали 63% соответствующей группы респондентов. Каждый пятый (21%) отметил, что ему не требовалось отправлять официальные формы заявления, 17% указали на необходимость предоставить бумажную копию документа. Соответственно, организация государственных и муниципальных услуг в определенной мере препятствует увеличению масштабов включенности населения в практику онлайн-взаимодействия. Некоторые потенциальные пользователи сервиса объяснили предпочтение традиционных форм предоставления услуг сложностями в пользовании порталом.

Рис. 6.9. Проблемы при использовании порталов государственных и муниципальных услуг: 2013

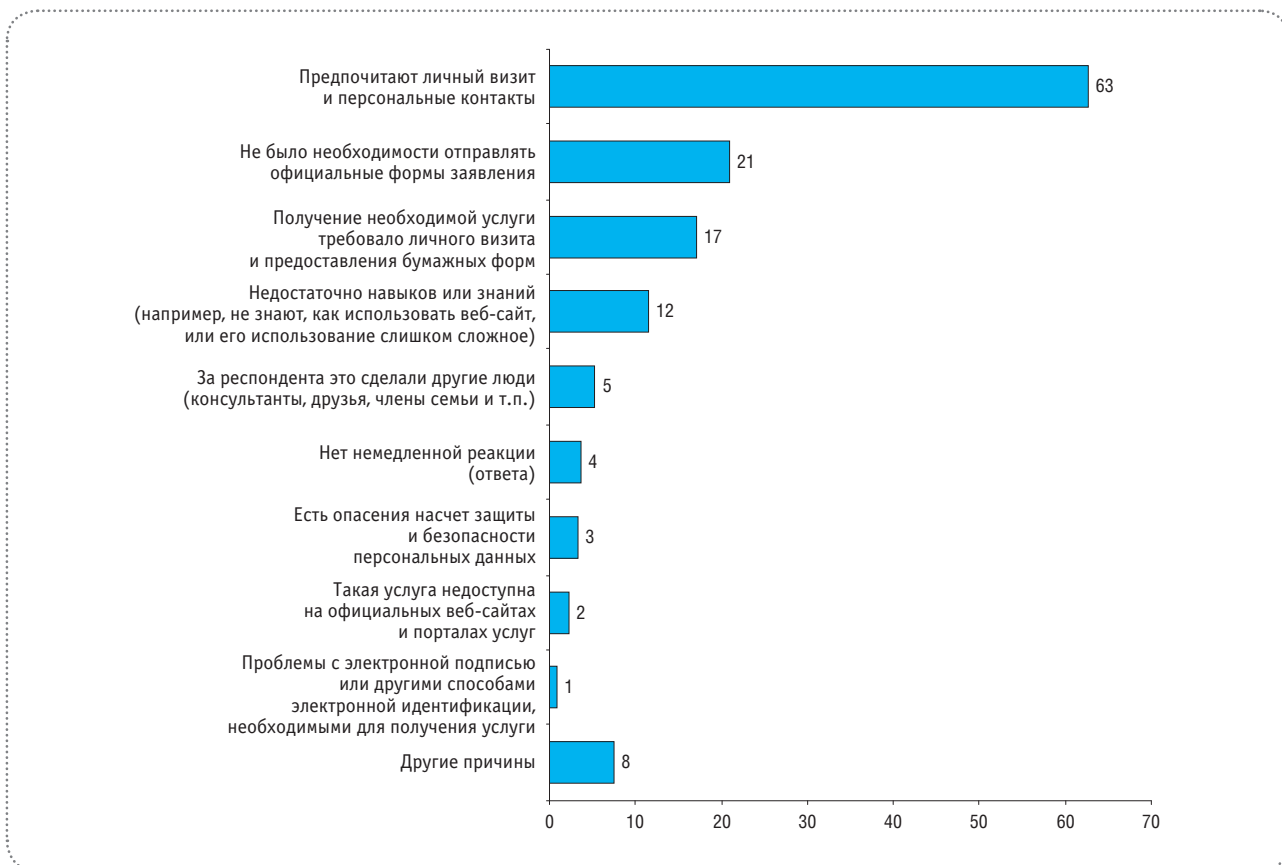
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, взаимодействовавшего с органами государственной власти за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 6.10. Барьеры для получения государственных и муниципальных услуг в электронном виде: 2013

(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет, взаимодействовавшего с органами государственной власти только офлайн за последние 12 месяцев)



Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Росстата.

* * *

По уровню вовлеченности населения в электронное правительство Россия сегодня существенно отстает от европейских стран. Однако, несмотря на низкие показатели использования возможностей электронного правительства, спрос на получение госуслуг в электронном виде среди россиян, которым требуется взаимодействовать с органами государственной власти и местного самоуправления, довольно высок. Подобная онлайн-практика востребована гораздо больше, чем, например, Интернет-заказы. Получение государственных и муниципальных услуг в электронной форме шире распространено среди населения в возрасте до 44 лет, прежде всего с высшим образованием и проживающих в городах. При этом решающим фактором является именно уровень образования.



Методические комментарии

Показатели использования персональных компьютеров и Интернета в домашних хозяйствах в 2005–2013 гг. рассчитаны по материалам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств Росстата. Обследование охватывает 47,8 тыс. домашних хозяйств. Для формирования выборочной совокупности применялась двухступенчатая случайная выборка, построенная по территориальному принципу и обеспечивающая представительность категории «все население» в пределах отдельного субъекта Российской Федерации (республики, края, области).

Данные, характеризующие использование ИКТ населением, доступ к персональным компьютерам и Интернету в домашних хозяйствах в 2013 г., сформированы на основе результатов выборочного обследования Росстата по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей. Обследование проводилось во всех субъектах Российской Федерации на базе выборочного метода наблюдения с последующим распространением итогов на всю численность населения обследуемого возраста по тому же кругу домашних хозяйств, что и обследование населения по проблемам занятости. В наблюдение не включались домашние хозяйства, в которых проживают только граждане старше 72 лет. Было опрошено около 69 тыс. человек, что составляет 0,06% населения в возрасте 15–72 лет.

Обследование проводилось в течение недели – с 7 по 13 октября 2013 г. на основе утвержденной приказом Росстата от 01.07.2013 г. № 252 формы федерального статистического наблюдения №1-ИТ «Анкета выборочного обследования населения по вопросам использования информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей». Вопросы, включенные в Анкету, касаются особенностей использования персонального компьютера и Интернета за последние 12 месяцев (с октября 2012 г. по октябрь 2013 г.) и/или за последние три месяца 2013 г. Специальные разделы посвящены электронной торговле и оказанию госуслуг в электронном виде.

Программа наблюдения гармонизирована с международными статистическими стандартами (ОЭСР, Евростата, МСЭ) и отвечает информационным потребностям широкого круга потребителей.

Оценка показателей занятого населения, имеющего среднее профессиональное, высшее ИКТ-образование, проведена по данным обследования населения по проблемам занятости Росстата. В рамках обследования формируется информация о численности и составе экономически активного населения, занятых и безработных, уровне экономической активности, занятости и безработицы и их динамике по России и субъектам Российской Федерации. Обследование проводится во всех субъектах Российской Федерации на основе выборочного метода наблюдения с последующим распространением итогов на всю численность населения обследуемого возраста. Единицами отбора являются частные домашние хозяйства, единицами наблюдения – лица в возрасте от 15 до 72 лет – члены этих домашних хозяйств.

Для более глубокого анализа отдельных аспектов распространения ИКТ среди населения были использованы данные исследований, проведенных Институтом статисти-

ческих исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», – Мониторинга инновационного поведения населения и других более ранних обследований:

- Распространение и использование информационных технологий в России (опрос проведен в 1998 г. по национальной репрезентативной выборке, охватывающей 1000 респондентов в возрасте 13–65 лет);
- Социально-политическая ситуация в России (опрос проведен в 2003 г. по национальной репрезентативной выборке, охватывающей 2412 респондентов в возрасте 16 лет и старше);
- Приоритеты развития науки, инноваций, высшего образования в контексте методики и практики международных сопоставлений (опрос проведен в 2006 г. по национальной репрезентативной выборке, охватывающей 2100 респондентов в возрасте 16 лет и старше);
- Мониторинг инновационного поведения населения (опрос проведен в 2009 г. по национальной репрезентативной выборке, охватывающей 1600 респондентов в возрасте 18 лет и старше);
- Мониторинг инновационного поведения населения (опрос проведен в 2011 г. по национальной репрезентативной выборке, охватывающей 1703 респондентов в возрасте 16 лет и старше);
- Мониторинг инновационного поведения населения (опрос проведен в 2012 г. по национальной репрезентативной выборке, охватывающей 1670 респондентов в возрасте 16 лет и старше);
- Мониторинг инновационного поведения населения (опрос проведен в 2013 г. по национальной репрезентативной выборке, охватывающей 1671 респондентов в возрасте 16 лет и старше).

При подготовке межстрановых сопоставлений использованы базы данных Евростата по статистике информационного общества «Information Society Statistics» из разделов:

- Computers and the Internet in households and enterprises;
- E-Commerce by individuals and enterprises;
- Computers – availability and use;
- Internet – level of access, use and activities;
- Special module 2010: Internet security;
- E-Commerce by individuals and enterprises;
- Special module 2013: individuals – e-government.



Список использованной литературы

- ГУ–ВШЭ (2007) Статистика информационного общества в России: гармонизация с международными стандартами / под ред. Л.М. Гохберга, П. Бох-Нильсена. М.: ГУ–ВШЭ.
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do> (дата обращения: 16.01.2015).
- Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Веб-сайт Росстата. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/it_technology/ (дата обращения: 16.11.2014).
- НИУ ВШЭ (2010) Индикаторы информационного общества: 2010: статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ.
- НИУ ВШЭ (2011) Российский инновационный индекс / под ред. Л.М. Гохберга. М.: НИУ ВШЭ.
- НИУ ВШЭ (2013а) Индикаторы науки: 2013: статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ.
- НИУ ВШЭ (2013б) Индикаторы информационного общества: 2013: статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ.
- НИУ ВШЭ (2013с) Мониторинг инновационного поведения населения. Программа фундаментальных исследований НИУ ВШЭ 1998–2013 гг.
- НИУ ВШЭ (2014а) Индикаторы информационного общества: 2014: статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ.
- НИУ ВШЭ (2014б) Мониторинг инновационного поведения населения. Информационный бюллетень. № 3. Социализация в Интернете. М.: НИУ ВШЭ.
- НИУ ВШЭ (2014с) Мониторинг инновационного поведения населения. Информационный бюллетень. № 4. Мобильный Интернет: специфика пользователей. М.: НИУ ВШЭ.
- Comss.ru (2013) Pandalabs: Вирусный отчет за 3 квартал 2013 года. http://www.comss.info/page.php?al=Pandalabs_q3_2013 (дата обращения: 22.12.2014).
- Eurostat Database «Information Society statistics». <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/data/database> (дата обращения: 26.01.2015).
- GREAT (2012) Kaspersky Security Bulletin 2012. The overall statistics for 2012. Kaspersky Lab Global Research and Analysis Team. <http://securelist.com/analysis/kaspersky-security-bulletin/36703/kaspersky-security-bulletin-2012-the-overall-statistics-for-2012/> (дата обращения: 26.01.2015).

Список использованной литературы

ITU (2014a) Manual for Measuring ICT Access and Use by Households and Individuals. Geneva: International Telecommunication Union.

ITU (2014b) Measuring the Information Society Report 2014. Geneva: International Telecommunication Union.

Morgan K., Morris R., McLeod H., Gibbs Sh. (1992) Gender Differences and Cognitive Style in Human-Computer Interaction. In.: East-West Int. Conf. of Human-Computer Interaction. St.Petersburg. P. 315–324.

Porat M. (1977) The Information Economy. Washington, DC: U.S. Department of Commerce.

Rogers E.M. (2003) Diffusion of innovations (5th ed.). New York: Free Press.

Приложение



1. Использование персональных компьютеров населением: 2013

Частота использования персонального компьютера (дома, на работе или в любом другом месте) (в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего	
																		83.5
В течение последних трех месяцев	65.3	70.4	49.6	90.0	83.5	75.2	58.4	35.3	14.1	66.0	64.7	85.7	65.5	53.4	56.6	52.3	52.0	
От трех месяцев до одного года назад	4.0	3.9	4.4	2.7	3.4	4.7	5.5	4.0	2.6	4.4	3.7	3.2	5.3	4.6	4.0	2.6	1.0	
Более года назад	4.1	4.0	4.7	2.1	3.3	3.5	4.2	7.1	6.0	4.0	4.2	3.2	4.8	4.9	4.6	2.9	0.8	
Никогда не пользовались	26.5	21.8	41.4	5.2	9.8	16.6	31.9	53.6	77.3	25.6	27.4	7.9	24.4	37.1	34.9	42.3	46.2	

Места использования персонального компьютера¹⁴
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Дома	60.0	65.8	42.8	81.9	77.9	70.9	52.9	31.2	12.9	61.2	59.0	78.9	60.1	50.2	51.3	47.7	47.5
На работе	20.7	23.6	11.9	12.3	30.9	28.4	23.7	12.0	2.5	18.6	22.5	49.5	20.8	6.9	6.7	1.7	0.6
По месту учебы	4.9	5.2	4.1	26.8	0.9	0.3	0.1	0.1	0.2	5.2	4.7	0.7	0.5	0.3	12.1	16.1	16.7
У друзей, знакомых	4.9	5.0	4.4	14.9	6.4	2.5	1.3	1.0	0.5	5.6	4.2	4.2	2.9	3.3	6.9	8.9	8.6
Другие места	3.0	3.5	1.7	7.3	4.4	2.4	1.3	0.7	0.3	3.6	2.5	4.1	2.2	2.0	3.7	2.2	2.9

¹⁴ В таблице приведены доли респондентов, которые пользовались компьютером в указанных местах за последние три месяца.

Навыки работы на персональном компьютере¹⁵
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72								
Работа с текстовым редактором	39.2	43.1	27.2	59.8	48.3	43.0	34.4	20.9	7.2	36.9	41.1	62.0	35.5	21.4	32.6	32.5	34.3
Передача файлов между компьютером и периферийными устройствами (цифровой камерой, плеером, мобильным телефоном)	25.3	28.6	15.3	44.1	36.7	28.2	15.7	8.7	3.3	27.4	23.5	36.1	22.4	17.7	22.6	22.9	20.8
Работа с электронными таблицами	19.3	22.2	10.7	31.1	24.6	21.3	16.5	8.8	2.1	17.4	21.1	37.6	15.4	5.8	15.2	12.7	12.3
Работа с графическим редактором	8.6	9.9	4.8	18.8	11.2	7.4	5.2	3.2	1.0	9.0	8.3	15.1	5.5	2.7	8.5	8.8	8.0
Подключение и установка новых устройств	6.0	6.9	3.4	10.7	9.2	6.6	3.1	2.3	0.8	8.1	4.2	10.2	4.8	3.8	4.8	4.7	4.6
Создание электронных презентаций с использованием специальных программ	5.9	6.7	3.5	14.7	6.5	5.3	3.3	1.8	0.6	5.4	6.3	9.7	3.6	1.3	6.0	8.5	8.5

¹⁵ В таблице приведены доли респондентов, которые выполняли указанные виды работ на компьютере за последние 12 месяцев.

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Установка новой или переустановка операционной системы	3.1	1.5	6.0	5.3	2.8	1.3	0.7	0.2	4.8	1.5	5.3	2.2	2.0	2.4	2.5	2.1
Изменение параметров или настроек конфигурации программного обеспечения	3.0	1.2	5.2	4.9	3.4	1.3	0.9	0.4	4.2	1.9	5.6	2.0	1.8	2.3	2.1	1.6
Самостоятельное написание программного обеспечения с использованием языков программирования	1.1	0.5	2.0	1.8	1.2	0.6	0.3	0.1	1.7	0.6	2.6	0.5	0.2	0.9	0.6	1.1
Другое	36.5	28.9	43.1	45.7	43.1	35.6	22.6	10.2	37.9	35.2	41.0	40.1	37.4	31.1	27.9	27.2

2. Использование Интернета населением: 2013

Частота использования Интернета (дома, на работе или в любом другом месте) (в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Всего	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
		Город	48.1	90.3	83.1	73.9	55.7	33.1	13.2	64.9	63.3	84.2	64.2	52.0	55.7	51.1
В течение последних трех месяцев	64.0	69.4	90.3	83.1	73.9	55.7	33.1	13.2	64.9	63.3	84.2	64.2	52.0	55.7	51.1	51.2
От трех месяцев до одного года назад	3.9	3.8	2.6	3.4	4.6	5.7	4.1	2.0	4.4	3.5	3.3	4.9	4.5	3.9	2.7	0.9
Более одного года назад	3.4	3.3	1.7	2.8	3.3	3.4	5.6	4.2	3.4	3.4	2.7	3.9	4.0	3.8	2.3	0.8
Никогда не пользовались	28.6	23.5	5.4	10.7	18.2	35.3	57.3	80.5	27.3	29.8	9.8	27.1	39.5	36.6	43.9	47.2

Места использования Интернета¹⁶
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование				
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
			Город	Село												
Всего																
Дома	65.1	41.5	82.3	77.8	69.8	51.0	29.7	12.0	60.3	58.2	78.2	59.3	48.9	50.8	46.3	46.9
На работе	20.9	10.9	11.6	28.7	25.5	19.8	10.1	2.1	17.3	19.4	44.7	17.8	6.3	6.0	1.6	0.8
По месту учебы	5.1	4.1	26.0	1.1	0.3	0.2	0.1	0.2	5.1	4.7	0.8	0.5	0.3	12.3	14.7	15.0
У друзей, знакомых	7.4	5.9	21.4	9.5	3.6	1.8	1.3	0.6	8.1	6.1	6.4	4.3	4.3	9.7	12.8	11.4
Публичные библиотеки	0.6	0.3	2.1	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.5	0.6	0.5	0.2	0.0	1.1	0.7	0.4
Отделения Почты России	0.4	0.3	0.4	0.4	0.5	0.4	0.2	0.1	0.3	0.4	0.5	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2
Компьютерные клубы	0.7	0.3	2.4	0.4	0.2	0.1	0.0	0.0	0.8	0.3	0.4	0.3	0.1	1.1	0.9	0.9
Точки общественного доступа (в гостиницах, аэропортах, общественных местах и т.д.)	4.4	1.2	7.7	5.6	3.5	1.4	0.8	0.3	4.1	3.1	6.0	2.2	2.0	3.6	2.8	2.4
Другие места	3.6	2	6.7	5.1	2.7	1.4	0.8	0.3	3.8	2.7	44.2	59.3	48.9	50.8	46.3	46.9

¹⁶ В таблице приведены доли респондентов, которые пользовались Интернетом в указанных местах за последние три месяца.

Использование мобильных устройств для выхода в Интернет¹⁷
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование					
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего	
			15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72									
Мобильный телефон или смартфон через сеть сотовой связи	21.3	17.9	46.8	33.8	19.2	8.8	3.8	1.6	23.5	19.3	27.0	17.5	14.3	22.7	22.6	23.6	
Мобильный телефон или смартфон через беспроводные сети (Wi-Fi и др.)	9.9	4.5	22.7	15.1	8.5	4.1	1.9	0.8	11.3	8.7	14.7	7.2	5.4	10.6	9.1	8.9	
Портативный компьютер через сеть сотовой телефонной связи	4.7	4.6	7.9	6.8	5.4	2.9	1.5	0.7	5.1	4.2	7.2	3.6	3.0	4.5	3.6	3.6	
Портативный компьютер через сети беспроводной связи (Wi-Fi и др.)	6.6	7.9	11.8	9.7	6.9	4.1	2.4	0.9	7.3	6.0	11.2	5.3	3.8	5.9	4.5	4.2	
Другие устройства	1.2	1.3	1.6	1.6	1.6	1.1	0.6	0.3	1.3	1.2	2.0	1.0	1.0	1.0	0.9	1.1	
Не использовали мобильные устройства для выхода в Интернет	33.3	36.6	26.6	36.6	44.7	40.1	25.7	10.3	31.2	35.2	43.9	38.4	31.2	23.9	20.4	19.8	

¹⁷ В таблице приведены доли респондентов, которые использовали мобильные устройства для выхода в Интернет за последние три месяца.

3. Поведенческие характеристики населения при использовании Интернета: 2013

Цели использования Интернета¹⁸
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверситетское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего	
				5–14	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64									65–72
Участие в социальных сетях	40.0	43.7	28.7	65.6	58.6	43.6	28.1	14.1	5.5	39.2	40.7	49.8	38.9	32.9	36.8	35.8	35.9	
Скачивание фильмов, изображений, музыки; просмотр видео; прослушивание музыки или радио	31.7	35.5	20.0	57.4	48.3	33.5	18.0	9.5	3.6	36.2	27.6	38.7	28.5	27.4	30.1	31.9	29.5	
Отправка или получение электронной почты	26.0	30.5	12.6	37.0	36.7	30.3	20.9	11.8	3.8	25.9	26.2	46.5	22.7	14.4	19.3	15.5	16.6	
Поиск информации о товарах и услугах	23.8	27.9	11.4	26.7	34.8	30.1	20.8	11.9	3.6	21.9	25.4	38.9	24.2	16.2	17.6	10.2	10.7	
Телефонные звонки или видеоразговоры через Интернет (используя, например, Скайп или другие приложения)	23.7	27.5	12.3	35.5	31.5	25.5	19.0	12.3	6.1	23.9	23.5	36.0	22.3	16.0	19.6	17.0	17.0	
Получение знаний и справок на любую тему с использованием Википедии, онлайн-энциклопедий и т.д.	22.6	25.9	12.6	39.4	27.9	24.5	16.7	10.7	4.2	21.3	23.7	35.0	19.6	12.5	19.1	21.8	22.0	

¹⁸ В таблице приведены доли респондентов, которые использовали Интернет в указанных целях за последние три месяца.

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				25-34	35-44	45-54	55-64	65-72									
Игра в видео- или компьютерные игры или их скачивание	20.9	23.1	14.1	43.5	31.6	20.0	9.9	5.6	1.7	27.1	15.4	21.0	18.2	19.6	21.6	27.6	26.2
Поиск информации, связанной со здоровьем или услугами в области здравоохранения	13.3	15.2	7.4	8.7	16.2	17.8	14.7	11.0	4.9	8.1	17.8	22.9	15.8	9.1	7.3	3.6	2.2
Чтение или скачивание онлайн-газет или журналов, электронных книг	13.2	15.7	5.5	19.7	17.1	14.9	10.4	6.9	3.1	12.3	13.9	23.7	11.2	6.7	10.0	8.6	7.2
Общение с помощью систем мгновенного обмена сообщениями (чаты, ICQ, QIP и др.)	8.0	9.3	4.0	17.4	12.4	6.8	3.5	2.0	0.7	8.5	7.5	11.9	6.1	5.1	7.4	8.0	7.5
Продажа/покупка товаров и услуг (в том числе с помощью Интернет-сайтов-аукционов)	7.8	9.4	3.1	8.9	13.3	10.0	6.1	2.4	0.6	7.3	8.3	14.8	7.7	4.9	4.6	2.6	2.5
Культурные цели (поиск информации об объектах культурного наследия и культурных мероприятиях, посещение виртуальных туров по музеям и галереям и др.)	7.8	9.2	3.4	9.1	10.4	9.3	6.9	4.7	1.9	5.7	9.6	15.7	6.8	3.4	4.7	3.6	4.3

Оценка влияния Интернета на повседневную жизнь
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
			15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72			11.9	13.7	15.2	15.3		
Позитивно	63.3	54.3	86.6	78.2	69.4	55.7	38.4	25.3	64.0	62.6	78.0	62.6	53.4	58.4	54.7	51.2
Неоднозначно	9.7	10.0	4.6	7.6	11.0	12.0	13.3	10.6	9.6	9.8	9.5	10.9	10.8	9.2	6.9	5.3
Отрицательно	2.8	2.6	3.5	1.0	1.6	3.2	5.6	9.0	2.7	2.9	1.4	2.7	3.6	3.5	3.6	3.5
Ничего не изменилось	11.4	14.7	3.6	6.8	8.8	14.7	20.4	22.8	11.4	11.6	5.9	11.9	15.2	13.7	15.0	10.8
Затруднились ответить	12.8	11.1	4.7	6.4	9.3	14.4	22.4	32.2	12.3	13.0	5.2	11.9	16.9	15.3	19.7	29.2

Причины отказа от использования Интернета
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование				
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				2.2	6.2	12.6	26.9	48.7	66.8								
Нет необходимости (нежелание пользоваться, нет интереса)	22.1	19.5	30.0	2.2	6.2	12.6	26.9	48.7	66.8	23.1	21.0	8.7	22.7	30.2	27.4	30.2	27.4
Недостаток навыков для работы в Интернете	6.7	5.7	9.9	1.1	2.5	4.5	8.5	13.7	17.6	7.0	6.4	2.3	6.5	9.8	8.7	9.0	7.6
Высокие затраты на подключение	3.7	2.9	6.1	1.7	3.2	3.6	3.9	5.3	6.2	3.9	3.5	1.1	2.8	5.1	5.3	6.9	5.1
Отсутствие технической возможности подключения	1.9	0.8	5.1	0.9	1.7	1.9	2.2	2.6	1.8	1.7	2.0	0.6	1.6	2.5	2.5	3.3	3.3
По соображениям безопасности	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3	0.5	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2
Другие причины	3.2	2.9	4.1	1.7	2.3	2.5	3.5	4.5	7.4	3.3	3.1	1.5	2.9	3.6	3.9	5.8	9.0
Затруднились ответить	1.1	0.9	1.8	0.4	0.5	0.8	1.5	1.8	2.8	1.2	1.0	0.5	0.9	1.5	1.4	1.6	3.5

4. Информационная безопасность: 2013

Угрозы информационной безопасности населения в возрасте 15–72 лет¹⁹
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Город		15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
	Село	Город	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Вирусные атаки	32.6	23.1	45.0	39.8	35.2	25.3	13.8	5.0	32.1	28.6	41.3	29.6	24.3	25.6	24.3	23.4
Несанкционированная рассылка (спам)	21.3	10.1	26.4	24.6	21.9	15.3	9.0	3.1	19.0	18.0	28.2	17.4	13.5	14.7	13.1	12.2
Несанкционированный доступ к компьютеру (информационным ресурсам, информационным системам)	1.9	1.0	2.4	2.5	1.9	1.5	0.7	0.1	1.8	1.6	2.6	1.4	1.4	1.4	1.3	1.4
Использование мобильного телефона респондента неизвестными лицами	0.6	0.3	0.6	0.7	0.6	0.5	0.3	0.1	0.5	0.5	0.9	0.5	0.4	0.3	0.2	0.0
Хищение денежных средств или персональных данных	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.05	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1	0.0
Другие проблемы	1.9	1.6	2.5	2.7	2.2	1.4	0.7	0.3	2.1	1.7	2.8	1.7	1.5	1.5	1.2	1.5
Не сталкивались с такими проблемами (угрозами)	31.3	23.5	36.9	35.6	33.1	28.6	19.0	8.6	29.0	29.7	34.2	31.2	25.7	26.9	24.0	22.9
Не пользовались Интернетом за последние 12 месяцев	26.8	47.5	7.1	13.5	21.5	38.7	62.9	84.7	30.7	33.2	12.5	31.0	43.5	40.4	46.2	48.0

¹⁹ В таблице приведены доли респондентов, которые сталкивались с указанными угрозами информационной безопасности за последние 12 месяцев.

Применение средств защиты информации по видам
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				77.6	73.0	66.2	49.6	28.7	11.2								
Антивирусные средства	56.2	61.3	41.0	77.6	73.0	66.2	49.6	28.7	11.2	54.7	76.0	56.5	45.1	47.4	43.2	44.6	
Антиспамовые фильтры	9.9	11.9	3.7	14.3	14.2	11.8	8.0	3.8	1.1	9.1	17.6	8.0	5.8	7.9	6.2	3.5	
Средства родительского контроля или фильтрации Интернет-ресурсов	1.3	1.5	0.6	1.0	1.7	3.0	0.7	0.2	0.2	1.3	2.4	1.2	1.0	0.6	0.6	0.8	
Другие средства защиты	1.8	2.0	1.0	2.7	2.4	2.4	1.1	0.9	0.2	1.5	3.2	1.3	1.3	1.4	1.1	0.6	
Не используют средства защиты	4.9	4.7	5.6	7.9	6.9	4.3	3.8	2.7	1.5	4.8	4.3	4.9	4.8	5.8	4.7	3.2	
Затруднились ответить	5.5	5.8	4.7	5.6	4.9	6.2	7.0	5.0	2.3	6.1	5.1	6.7	5.3	5.3	5.1	3.8	
Не пользовались Интернетом за последние 12 месяцев	32.0	26.8	47.5	7.1	13.5	21.5	38.7	62.9	84.7	33.2	12.5	31.0	43.5	40.4	46.2	48.0	

Причины отказа от использования Интернета, связанные с соображениями безопасности
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				0.04	0.03	0.05	0.05	0.21	0.19			0.07	0.09	0.12	0.07		
Нежелание раскрывать в Интернете персональные данные	0.08	0.09	0.05	0.04	0.03	0.05	0.05	0.21	0.19	0.07	0.09	0.12	0.07	0.09	0.05	0.06	0.00
Стремление ограничить доступ детей к нежелательной информации и программам	0.05	0.04	0.10	0.00	0.05	0.08	0.07	0.02	0.14	0.05	0.05	0.02	0.05	0.03	0.11	0.02	0.08
Стремление защитить компьютер от вирусов и вирусозоносных программ	0.02	0.02	0.01	0.03	0.01	0.02	0.01	0.03	0.01	0.02	0.01	0.01	0.00	0.04	0.03	0.01	0.00
Другие причины	0.07	0.07	0.07	0.04	0.03	0.04	0.10	0.10	0.18	0.08	0.06	0.04	0.09	0.12	0.05	0.06	0.08

5. Электронная торговля: 2013

Частота покупок (заказов) товаров (услуг) через Интернет
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование						
	Всего	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				7.1	13.5	21.5	38.7	62.9	84.7								
Менее трех месяцев назад	10.2	11.9	5.1	13.1	16.7	12.6	7.4	3.3	1.4	9.4	10.9	18.0	9.7	6.0	7.4	4.7	3.8
Более трех месяцев назад	5.1	5.9	2.4	5.9	7.5	6.8	4.0	2.1	0.6	4.6	5.4	8.7	5.1	3.5	3.6	1.8	1.5
Более одного года назад	4.0	4.7	1.8	4.0	5.9	5.0	3.9	1.9	0.8	3.9	4.1	7.3	4.0	2.3	2.6	1.2	0.7
Никогда	48.7	50.7	43.2	69.9	56.4	54.1	46.0	29.8	12.5	51.4	46.4	53.5	50.2	44.7	46.0	46.1	46.0
Не пользовались Интернетом за последние 12 месяцев	32.0	26.8	47.5	7.1	13.5	21.5	38.7	62.9	84.7	30.7	33.2	12.5	31.0	43.5	40.4	46.2	48.0

География онлайн-покупок²⁰
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование						Не имеют основного общего
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее		
Всего																	
Регион проживания	10.4	3.9	10.2	13.6	11.6	7.2	3.3	1.1	8.3	9.2	15.7	8.6	5.1	6.3	3.6	1.8	
Другие регионы России	7.7	3.9	8.4	11.0	8.5	5.2	2.3	0.8	5.9	7.6	12.0	6.7	4.2	4.5	2.8	3.5	
Страны Европы	1.8	0.2	1.6	2.8	1.9	0.8	0.3	0.1	1.4	1.5	3.1	1.3	0.6	0.8	0.5	0.3	
Страны СНГ	1.2	0.2	1.1	1.7	1.2	0.6	0.3	0.1	0.9	1.0	1.9	0.7	0.5	0.7	0.3	0.4	
Другие зарубежные страны	1.9	0.4	2.1	2.7	1.9	0.7	0.3	0.3	1.5	1.5	2.9	1.3	0.9	1.0	0.5	0.5	
Затруднились ответить	0.3	0.1	0.4	0.2	0.3	0.1	0.1	0.1	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2	0.3	0.1	0.0	

²⁰ В таблице приведены доли респондентов, которые приобрели, заказывали товары и услуги через Интернет в соответствующих регионах за последние 12 месяцев.

Приобретение товаров (услуг) через Интернет²¹
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование				
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				8.3	10.9	7.5	3.6	1.3	0.4								
Одежда, обувь, спортивные	6.1	7.2	2.6	8.3	10.9	7.5	3.6	1.3	0.4	4.4	7.6	10.9	5.8	3.5	4.3	2.6	2.4
Предметы домашнего обихода (мебель, посуда, столовые приборы, постельное белье, предметы интерьера, игрушки и др.)	4.4	5.3	1.7	3.6	7.6	6.2	3.8	1.6	0.4	3.2	5.5	8.4	4.5	2.6	2.5	1.0	1.2
Услуги, связанные с организацией путешествий (покупка билетов, бронирование гостиниц, аренда транспорта и др.)	3.0	3.8	0.6	2.7	4.8	4.4	2.4	1.1	0.4	2.9	3.1	7.2	2.3	1.3	1.4	0.4	0.2
Электронное оборудование (бытовая техника (телевизоры, видеопроигрыватели, аудиотехника и др.), мобильные сотовые телефоны, электролампы, батарейки, и др.)	2.8	3.5	0.7	2.7	4.8	4.0	2.1	1.0	0.4	3.3	2.4	5.3	2.6	2.0	1.7	0.7	0.9

²¹ В таблице приведены доли респондентов, которые приобрели, заказывали соответствующие товары и услуги через Интернет за последние 12 месяцев.

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				3.0	0.4	3.4	3.9	3.3	1.3								
Билеты на развлекательные мероприятия (концерты, театр, спортивные соревнования и др.)	2.4																
Телекоммуникационные услуги (телевидение, услуги по доступу к Интернету, фиксированная и сотовая связь и т.д.)	2.2	2.5	1.5	3.0	3.5	2.8	1.7	0.7	0.3	2.5	2.0	4.1	1.9	1.0	1.8	1.2	0.6
Книги, журналы, газеты (в том числе электронные книги, онлайн-журналы и газеты)	2.2	2.6	1.1	2.7	3.5	2.8	1.6	0.9	0.3	1.9	2.5	4.3	2.0	1.1	1.4	0.8	0.5
Финансовые услуги (банковские услуги, денежные переводы, услуги страхования, операции с акциями и иными ценными бумагами и др.)	2.1	2.4	1.1	1.7	3.3	3.1	1.9	0.8	0.2	1.9	2.2	4.7	1.8	0.9	1.0	0.5	0.5
Фильмы, музыка	2.0	2.3	1.0	3.8	3.1	2.0	1.1	0.3	0.1	2.2	1.7	2.9	1.7	1.4	1.9	1.2	0.8
Медицинские товары (лекарства и т.п.)	1.5	1.9	0.5	0.9	2.0	2.2	1.8	1.0	0.5	1.1	1.9	2.6	2.1	1.2	0.6	0.3	0.0

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Компьютерное оборудование (персональные компьютеры и аксессуары к ним, например, клавиатура, звуковые колонки, мониторы и др.)	1.4	1.8	0.5	2.3	2.5	1.7	0.8	0.3	0.2	2.1	0.9	2.9	1.1	0.7	1.1	0.7	0.2
Видеоигры и их обновления	1.4	1.7	0.6	3.0	2.5	1.6	0.5	0.2	0.03	1.9	1.0	2.1	1.2	1.0	1.5	1.0	1.0
Программное обеспечение (в том числе обновления)	1.4	1.7	0.5	1.9	2.3	1.6	0.9	0.5	0.2	1.8	1.0	2.9	1.1	0.8	0.9	0.6	0.0
Продукты питания и бакалейные товары	0.9	1.1	0.2	0.6	1.5	1.3	0.7	0.5	0.1	0.7	1.1	1.7	0.9	0.6	0.5	0.1	0.1
Другое	2.2	2.5	1.1	2.2	3.4	3.0	1.8	1.0	0.4	2.1	2.2	3.8	2.3	1.5	1.3	0.8	0.7

Способы оплаты товаров (услуг), заказанных по Интернету²²
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					Не имеют основного общего
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверситетское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	
			7.9	11.2	9.2	5.3	2.4	0.9								
Наличными по факту доставки	8.6	1.8	7.9	11.2	9.2	5.3	2.4	0.9	6.2	7.6	12.1	7.1	4.2	4.9	2.2	2.3
С помощью банковской карты	7.2	2.5	5.8	10.7	8.1	4.4	2.1	0.7	5.9	6.1	13.1	5.1	3.2	3.1	1.3	0.5
Через платежный терминал или банкомат	3.5	1.8	4.4	4.7	3.8	2.4	0.9	0.4	3.1	3.1	5.4	2.7	1.6	2.6	1.7	1.2
В отделениях Почты России	3.1	2.3	3.5	4.6	3.8	2.2	1.2	0.4	2.2	3.6	4.5	3.5	2.1	2.0	1.4	1.1
С помощью электронных денег (WebMoney, Яндекс. Деньги и т.д.)	2.0	0.4	2.5	2.9	2.0	0.8	0.3	0.1	1.9	1.4	3.3	1.1	0.7	1.3	0.8	0.7
В банковских отделениях	1.4	0.4	1.5	1.6	1.3	1.0	0.4	0.1	1.1	1.2	2.1	1.0	0.7	0.8	0.5	0.2
С помощью мобильного телефона (через SMS-сообщение)	0.8	0.4	1.5	0.9	0.7	0.5	0.2	0.04	0.7	0.7	1.1	0.5	0.4	0.7	0.6	0.7
У организации – производителя товара (услуги)	0.5	0.2	0.5	0.5	0.6	0.3	0.2	0.1	0.4	0.4	0.6	0.4	0.3	0.4	0.03	0.0
У организации – дистрибьютора товара (услуги)	0.4	0.1	0.2	0.5	0.5	0.2	0.1	0.1	0.3	0.3	0.4	0.5	0.3	0.1	0.1	0.0
Другое	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.1	0.0	0.2	0.2	0.4	0.2	0.1	0.1	0.1	0.0

²² В таблице приведены доли респондентов, которые оплачивали товары и услуги, заказанные по Интернету, за последние 12 месяцев.

Причины отказа от электронной торговли
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование				
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72								
Предпочитают личные покупки	27.4	28.7	23.5	35.1	33.4	32.3	25.7	17.0	7.1	25.1	29.4	33.6	29.3	24.6	23.8	20.5	16.2
Отсутствие необходимости (нежелание пользоваться, нет интереса)	23.1	24.5	18.8	30.8	26.6	25.2	23.3	15.1	6.4	26.9	19.8	26.0	23.9	21.6	21.1	21.2	20.4
Отсутствие доверия к такому рода покупкам (из-за возможного низкого качества продукции, отсутствия гарантий и др.)	9.3	10.1	7.1	11.1	11.5	11.0	8.9	6.0	2.9	8.7	9.9	12.0	10.1	7.9	8.1	5.9	4.8
Недостаток навыков для заказа товаров/услуг с помощью Интернета	2.9	3.0	2.8	3.2	3.0	3.1	3.0	2.9	1.6	2.7	3.2	2.0	3.5	3.3	3.0	3.1	4.1
Нежелание раскрывать в Интернете персональные данные	2.8	3.2	1.5	3.0	3.3	3.7	2.6	1.8	0.7	2.8	2.7	4.0	2.9	2.2	2.1	1.3	2.3
Нежелание раскрывать в Интернете информацию о платежной карте	2.0	2.3	1.1	1.6	2.6	2.9	2.0	1.4	0.5	2.1	1.9	3.3	2.0	1.7	1.4	0.7	0.7
Технические сложности (например, недостаточная скорость Интернет-соединения, необходимая для заказа товара/услуги и др.)	0.5	0.4	1.0	0.9	0.7	0.6	0.5	0.2	0.03	0.6	0.5	0.3	0.5	0.8	0.6	0.7	0.4
Другие причины	3.3	3.6	2.6	7.3	3.7	2.8	2.5	1.5	0.7	3.8	2.9	3.3	2.7	2.6	3.5	5.8	7.6

6. Электронное правительство: 2013

Взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления и поставщиками государственных и муниципальных услуг²³ (в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование				
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Всего																
Личное посещение	18.5	24.6	10.1	16.7	20.3	23.0	26.7	29.0	16.8	22.8	19.5	22.3	22.3	18.4	16.9	10.1
Через Интернет (используя официальные сайты и порталы)	13.0	3.8	9.2	15.7	15.0	10.4	5.6	1.8	10.1	11.3	22.8	9.5	5.9	5.3	3.1	1.9
По телефону	8.9	7.1	3.7	7.1	8.9	10.0	11.3	11.7	6.8	9.9	10.8	10.0	8.2	6.1	4.9	3.0
По электронной почте	1.9	0.9	1.0	2.2	2.0	1.8	1.4	0.5	1.6	1.7	3.6	1.4	1.1	0.6	0.3	0.2
Другие способы (по почте, факсу и др.)	1.7	2.2	1.5	1.8	1.9	2.0	2.0	1.9	1.8	1.9	2.5	1.7	1.6	1.6	1.7	1.2
Не взаимодействовали с органами государственной власти и местного самоуправления и поставщиками государственных и муниципальных услуг	64.6	66.5	78.6	64.1	61.0	62.1	61.5	62.5	69.3	61.4	54.0	63.3	67.5	72.1	76.4	84.6

²³ В таблице приведены доли респондентов, которые взаимодействовали с органами государственной власти и местного самоуправления указанными способами за последние 12 месяцев.

Виды государственных и муниципальных услуг, полученные через официальные веб-сайты и порталы государственных и муниципальных услуг²⁴
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование						
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего	
																		4.8
Здравоохранение и медицина (запись на прием к врачу)	3.9																	
Жилищно-коммунальное хозяйство (получение жилищных документов, получение информации жилищного учета, предоставление показаний приборов учета)	3.9	4.9	0.7	2.2	5.1	6.2	4.4	2.2	0.9	3.2	4.4	8.3	3.9	2.4	1.4	0.5	0.2	
Гражданство, регистрация, визы (оформление документов для получения паспорта, заграничного паспорта, водительских прав, регистрация по месту жительства)	3.8	4.7	0.9	3.6	5.9	5.2	3.5	1.6	0.3	3.9	3.7	8.9	3.1	1.5	1.8	0.8	0.8	
Налоги и сборы (подача налоговой декларации, подача документов на налоговые вычеты, оплата налогов)	3.1	3.6	1.4	1.3	4.4	4.9	3.6	1.6	0.5	3.0	3.1	7.3	2.7	1.3	1.1	0.5	0.2	

²⁴ В таблице приведены доли респондентов, которые получили услуги по указанным направлениям за последние 12 месяцев.

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Образования и наука (запись в детский сад и школу, получение путевок для детей, получение информации о текущей успеваемости учащегося с использованием электронного дневника и электронного журнала успеваемости, получение дополнительного образования для детей, подача заявления на поступление в вуз, признание и установление эквивалентности иностранных документов об образовании)	2.6	0.6	2.2	3.0	4.1	1.2	0.3	0.1	1.6	2.5	4.0	1.9	1.3	1.2	1.1	0.5
Транспорт и дорожное хозяйство (предоставление сведений об административных правонарушениях в области дорожного движения, государственная регистрация автотранспортных средств, государственный технический осмотр транспортных средств)	1.6	1.9	0.9	2.9	2.3	1.3	0.8	0.1	2.4	0.9	3.6	1.2	0.9	0.9	0.3	0.0

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование					
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего	
				0.8	1.5	1.6	1.2	0.7	0.1									1.1
Государственные учреждения (получение архивных справок, получение государственных информационных услуг, консультации из реестра информации из реестра государственных нотариальных контор)	1.1	1.3	0.5	0.8	1.5	1.6	1.2	0.7	0.1	1.1	1.1	2.8	0.8	0.4	0.4	0.3	0.2	
Социальное обеспечение (пенсионное обеспечение, пособия)	1.0	1.2	0.4	0.4	1.3	1.1	1.2	1.0	0.4	0.8	1.1	2.2	1.2	0.4	0.1	0.0		
Информационные технологии и связь (лицензирование, аккредитация, предоставление информации, связь, почтовые услуги)	0.8	1.0	0.4	0.8	1.2	1.1	0.8	0.3	0.05	0.9	0.8	1.9	0.6	0.3	0.1	0.0		
Культура, искусство (использование электронных каталогов и поисковых инструментов публичных библиотек)	0.8	1.0	0.2	1.0	1.0	1.0	0.6	0.4	0.1	0.6	0.9	1.8	0.5	0.4	0.2	0.2		

(продолжение)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование						
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего	
				0.8	0.9	0.3	1.2	1.1	1.0									0.7
Труд и занятость (поиск вакансий, оформление заявления на поиск работы, заявления-анкеты на оказание государственной услуги по временному трудоустройству, заявления-анкеты о предоставлении государственной услуги по организации проведения оплачиваемых общественных работ)	0.8	0.9	0.3	1.2	1.1	1.0	0.7	0.2	0.1	0.8	0.8	1.5	0.6	0.4	0.5	0.4	0.2	0.0
Страхование (обязательное пенсионное страхование, возмещение ущерба, социальное страхование)	0.7	0.8	0.2	0.4	1.1	0.9	0.8	0.4	0.1	0.6	0.7	1.6	0.7	0.3	0.3	0.2	0.0	
Юридические услуги (адвокатские услуги)	0.6	0.7	0.2	0.4	1.0	0.8	0.4	0.3	0.1	0.6	0.5	1.3	0.5	0.3	0.2	0.1	0.0	

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет							Пол		Образование				
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				0.2	0.6	0.4	0.7	0.5	0.5								
Энергетика и природные ресурсы (контроль за соблюдением организациями, обязанными осуществлять деятельность по установке, замене, эксплуатации приборов учета используемых энергетических ресурсов, требований о заключении и исполнении договора об установке, замене, эксплуатации указанных приборов, порядка его заключения и др.)	0.5	0.7	0.05	0.3	0.6	0.7	0.5	0.5	0.3	0.5	0.5	1.1	0.5	0.5	0.05	0.0	0.0
Семья (регистрация актов гражданского состояния (подача заявлений для получения документов о государственной регистрации актов гражданского состояния: рождения, заключения брака, расторжения брака, усыновления (удочерения), установления отцовства, перемены имени, смерти))	0.4	0.5	0.04	0.2	0.6	0.4	0.4	0.4	0.3	0.4	0.4	0.9	0.3	0.1	0.05	0.0	0.0

(продолжение)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				0.1	0.2	0.4	0.7	0.4	0.3								
Экономика, финансы, статистика (лицензирование, аккредитация, выдача разрешений, организация выдачи лицензии на право нотариальной деятельности)	0.4	0.5	0.1	0.2	0.4	0.7	0.4	0.3	0.1	0.4	0.4	1.1	0.3	0.2	0.1	0.0	0.0
Предпринимательская деятельность (лицензирование, предоставление сведений, государственная регистрация физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств, получение субсидий и пособий, уведомление о начале осуществления предпринимательской деятельности)	0.3	0.4	0.1	0.1	0.5	0.6	0.3	0.3	0.1	0.4	0.3	0.9	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0

	Тип поселения	Возраст, лет						Пол		Образование								
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего	
Земельно-имущественные отношения (получение сведений из Единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним (ЕГРП), получение земельных участков и помещений в аренду, собственность, постоянное или бессрочное пользование, получение адреса объекта недвижимости, получение информации технического учета (из БТИ)	Всего	0.3	0.4	0.1	0.1	0.6	0.4	0.3	0.2	0.0	0.3	0.3	0.9	0.2	0.2	0.1	0.0	0.0
Безопасность и охрана правопорядка (получение справки о наличии (отсутствии) судимости, прием заявлений и сообщений о правонарушениях)	Всего	0.3	0.3	0.1	0.1	0.5	0.4	0.2	0.2	0.1	0.3	0.3	0.8	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0

(продолжение)

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
				0.1	0.2	0.1	0.3	0.2	0.1								
Таможенное дело (ввоз и вывоз товаров и грузов, таможенное оформление)	0.2	0.2	0.02	0.1	0.3	0.3	0.2	0.1	0.0	0.2	0.2	0.5	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
Реклама и СМИ (регистрация, лицензирование, выдача разрешений, издательская деятельность, информирование, антимонопольный контроль)	0.2	0.2	0.04	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	0.0	0.2	0.2	0.4	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
Некоммерческие организации (предоставление информации о зарегистрированных организациях, лицензирование, аккредитация и регистрация (государственная регистрация символики некоммерческих организаций), подача обращений, жалоб и предложений)	0.1	0.1	0.05	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.02	0.1	0.03	0.0

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Производство, строительство и торговля (получение заключения об отсутствии полезных ископаемых в недрах под участком предстоящей застройки, получение разрешения на строительство, градостроительных планов земельных участков, согласование переустройств и перепланировки помещений, получение заключений экспертиз, получение субсидий)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.02	0.1	0.1	0.3	0.1	0.04	0.0	0.0	0.0
Природопользование и экология (охрана окружающей среды, выдача разрешений, заключений и квот, недра, водные ресурсы, информирование (получение информации о состоянии атмосферного воздуха и его загрязнении, получение информации о состоянии поверхностных водных объектов и их загрязнении))	0.1	0.1	0.04	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.04	0.1	0.1	0.0

(окончание)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Картография, геодезия и гидрометеорология (аккредитация и лицензирование)	0.1	0.03	0.1	0.1	0.1	0.1	0.05	0.00	0.1	0.1	0.2	0.04	0.03	0.03	0.03	0.1
Другие	1.0	0.3	0.7	1.3	1.2	1.1	0.7	0.3	1.1	0.9	2.0	0.9	0.8	0.3	0.3	0.3

Использование официальных веб-сайтов и порталов государственных и муниципальных услуг при взаимодействии с органами государственной власти и местного самоуправления²⁵
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Всего	Город	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
			Село	6.8	11.4	11.1	7.3	4.0	1.0	7.4	8.1	16.6	6.7	4.1	4.0	2.2
Получение информации через официальные веб-сайты и порталы государственных и муниципальных услуг	7.8	9.5	6.8	11.4	11.1	7.3	4.0	1.0	7.4	8.1	16.6	6.7	4.1	4.0	2.2	1.6
Скачивание типовых форм для заполнения	4.6	5.6	3.4	7.0	6.3	4.4	2.5	0.8	4.5	4.6	11.0	3.7	2.0	1.7	0.8	0.3
Отправка заполненных форм и других необходимых документов в электронном виде	4.3	5.3	3.1	6.6	6.0	4.1	2.3	0.8	4.0	4.5	10.4	3.2	2.0	1.7	0.8	0.0
Осуществление обязательных платежей (уплата пошлин, налогов, штрафов) в режиме онлайн	2.7	3.3	1.4	4.4	4.1	2.9	1.2	0.4	2.9	2.5	6.5	2.0	1.3	1.2	0.4	0.0
Получение результатов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде (например, через личный кабинет на портале государственных и муниципальных услуг)	2.1	2.6	1.6	3.1	3.2	2.0	1.1	0.3	2.1	2.2	5.1	1.7	1.0	0.9	0.4	0.5
Другое	1.8	2.2	1.3	2.5	2.7	1.7	1.0	0.4	1.5	2.1	3.6	1.9	1.2	0.7	0.3	0.1

²⁵ В таблице приведены доли респондентов, которые осуществляли указанные виды деятельности за последние 12 месяцев.

Проблемы при использовании официальных веб-сайтов и порталов государственных и муниципальных услуг²⁶

(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/Послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Технические сбои на сайте/портале	2.7	1.0	2.2	4.0	3.7	2.7	1.4	0.2	2.7	2.7	5.8	2.5	1.4	1.1	0.5	0.9
Недостаточная, неясная или устаревшая информация	1.7	0.2	1.1	2.7	2.6	1.7	0.9	0.3	1.7	1.8	4.3	1.4	0.7	0.6	0.4	0.0
Не удалось получить необходимую поддержку и помощь (онлайн или офлайн)	0.7	0.2	0.5	1.1	0.9	0.6	0.5	0.03	0.7	0.7	1.4	0.7	0.4	0.2	0.1	0.1
Другие	0.5	0.1	0.3	0.9	0.5	0.4	0.2	0.04	0.5	0.4	1.1	0.5	0.2	0.1	0.1	0.0
Не сталкивались	6.7	8.1	6.1	9.5	9.2	6.5	3.6	1.3	6.1	7.2	13.8	5.9	3.7	3.7	2.1	1.0

²⁶ В таблице приведены доли респондентов, которые сталкивались с проблемами при использовании официальных веб-сайтов и порталов госуслуг за последние 12 месяцев.

**Уровень удовлетворенности качеством предоставленных государственных
и муниципальных услуг в электронном виде²⁷**
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
			4.4	7.6	7.8	5.1	2.7	0.7								
Частично удовлетворены	6.5	1.7	4.4	7.6	7.8	5.1	2.7	0.7	5.1	5.5	11.6	4.8	2.7	2.4	1.1	1.0
Полностью удовлетворены	6.2	2.1	4.6	7.8	6.8	5.0	2.8	1.0	4.8	5.5	10.6	4.5	3.1	2.9	1.8	0.8
Не удовлетворены	0.3	0.1	0.2	0.4	0.3	0.4	0.1	0.02	0.3	0.3	0.6	0.3	0.1	0.1	0.2	0.0
Не пользовались	87.0	96.2	90.8	84.3	85.0	89.6	94.4	98.2	89.9	88.7	77.2	90.5	94.1	94.7	96.9	98.1

²⁷ В таблице приведены доли респондентов, которые использовали официальные веб-сайты и порталы госуслуг за последние 12 месяцев.

Факторы, сдерживающие использование Интернета для получения государственных и муниципальных услуг

(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					Не имеют основного общего	
	Город	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеуниверсовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее		
			15.1	14.2	17.9	6.0	11.1	14.6									17.8
Предпочитают личный визит и персональные контакты	15.1	14.2	17.9	6.0	11.1	14.6	17.8	22.8	25.6	12.6	17.4	14.1	17.7	16.6	14.2	12.7	7.5
Не было необходимости отправлять официальные формы заявления	5.1	4.9	5.5	3.1	5.2	5.6	5.9	5.6	4.8	4.3	5.8	5.9	5.7	5.4	4.1	3.8	1.5
Получение необходимой услуги требовало личного визита и предоставления бумажных форм	4.2	3.7	5.4	2.4	4.2	4.4	4.4	5.2	4.6	3.5	4.7	4.1	4.7	4.5	3.9	3.3	2.0
Недостаточно навыков или знаний (например, не знают, как использовать веб-сайт, или его использование слишком сложное)	2.8	2.8	2.8	0.8	1.8	2.7	3.5	4.6	4.9	2.2	3.4	1.9	3.4	3.8	2.9	2.2	1.7
За респондента это сделали другие люди (консультанты, друзья, члены семьи и т.п.)	1.3	1.2	1.3	1.1	0.8	0.8	1.3	1.9	2.8	1.4	1.2	1.3	1.3	1.2	1.2	1.3	0.8
Нет немедленной реакции (ответа)	0.9	0.9	0.7	0.5	0.9	1.0	0.9	1.0	0.8	0.9	0.9	1.1	1.1	0.9	0.6	0.5	0.2

	Всего	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
		Город	Село	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послевузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Есть опасения по поводу безопасности персональных данных	0.8	0.9	0.4	0.4	0.6	0.8	1.0	1.1	1.2	0.7	0.9	1.1	0.9	0.7	0.6	0.4	0.2
Такая услуга недоступна на официальных веб-сайтах и порталах услуг	0.6	0.6	0.6	0.4	0.8	0.6	0.6	0.5	0.3	0.5	0.7	0.8	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5
Проблемы с электронной подписью или другими способами электронной идентификации, необходимыми для получения услуги	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1
Другие причины	1.8	1.7	2.3	0.9	1.7	1.6	1.9	2.5	2.8	1.5	2.1	1.7	1.6	2.1	1.7	2.2	1.7
Не пользовались Интернетом за последние 12 месяцев	32.0	26.8	47.5	7.1	13.5	21.5	38.7	62.9	84.7	30.7	33.2	12.5	31.0	43.5	40.9	46.2	48.0

Население, зарегистрированное на Едином портале государственных и муниципальных услуг, региональных порталах государственных и муниципальных услуг
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Всего	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Имеют личный кабинет	6.8	4.1	6.0	9.6	9.5	6.4	3.7	1.4	6.5	7.0	13.7	5.8	3.7	4.1	2.2	1.5
Не имеют личного кабинета	93.2	95.9	94.0	90.4	90.5	93.6	96.3	98.6	93.5	93.0	86.3	94.2	96.3	95.9	97.8	98.5

Население, имеющее личную электронную подпись, необходимую для получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15–72 лет)

	Тип поселения		Возраст, лет						Пол		Образование					
	Всего	Село	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65–72	Мужчины	Женщины	Высшее профессиональное/послеузовское	Среднее профессиональное	Начальное профессиональное	Среднее (полное) общее	Основное общее	Не имеют основного общего
Имеют электронную подпись	2.3	1.1	2.0	2.9	3.7	2.5	1.0	0.3	2.5	2.1	5.1	2.1	1.1	1.0	0.5	0.4
Не имеют электронной подписи	97.7	98.9	98.0	97.1	96.3	97.5	99.0	99.7	97.5	97.9	94.9	97.9	98.9	99.0	99.5	99.6

**Информационное общество:
востребованность информационно-
коммуникационных технологий
населением России**

*Редактор М.Ю. Соколова
Художник П.А. Шелегеда
Компьютерный макет Т.Ю. Кольцова*

Подписано в печать 02.03.2015. Формат 60×90 1/8. Бумага офсетная.
Печ. л. 15. Уч.-изд. л. 13.8. Тираж 250 экз. Заказ № 1100.

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

Отпечатано в ООО «Типография ИРМ-1»
140000, Московская область, г. Люберцы, Инициативная ул., 38

По вопросам приобретения книги обращаться
в Институт статистических исследований
и экономики знаний НИУ ВШЭ:
101000, Москва, Мясницкая ул., 20
Тел.: (495) 621-28-73
<http://issek.hse.ru>, E-mail: issek@hse.ru