

МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ В РОССИИ



@mail.ru
group

Содержание

Введение	03
Портрет пользователя мобильного интернета	04
Устройства, используемые в мобильном интернете	12
Практики использования мобильного интернета	15
Мобильные онлайн игры	17
Мобильная реклама	17
Мнение web-специалистов	19
Эксперты о будущем рынка мобильного интернета	23
Заключение	26

Введение

Когда в конце 1960-х в Star Trek показывали PADD (экранный прообраз нынешних планшетов), он выглядел гаджетом из далекого будущего. Сегодня смартфоны и планшеты осваивают первоклассники и их бабушки, и значительную часть времени все пользователи мобильных устройств проводят в интернете.

Однако как именно распределяются эти интернет-часы? Чем занимаются владельцы планшетов и смартфонов в сети? И кто он, типичный пользователь мобильного интернета — активный и продвинутый подросток из небольшого города, занятой бизнесмен средних лет, молодая москвичка-домохозяйка? Мы провели исследование, результаты которого помогли нам пролить свет на образ пользователя и его активности в мобильном интернете.

Около 90% пользователей интернета в России являются пользователями сервисов Mail.Ru Group, а это порядка 60 миллионов человек ежемесячной аудитории на конец 2013 года. Таким образом, Mail.Ru Group является лидером в интернет-индустрии и обладает экспертизой и ресурсами, необходимыми для проведения исследования по теме мобильного интернета.

Для получения достоверных результатов были использованы как внутренние, так и внешние источники.

В ходе исследования рассматривалась статистика, полученная на основе анализа данных Рейтинга Mail.Ru¹. Рейтинг Mail.Ru анализирует статистику посетителей более чем на 850 тысячах сайтов, включая аудиторию, которая заходит с мобильных устройств. Широкая база анкет пользователей Почты Mail.Ru и социальной сети Одноклассники позволяет определить социально-демографический профиль для более чем 75% посетителей рунета.

Кроме того, мы дополнили исследование результатами количественного онлайн-опроса web-специалистов, участников Рейтинга Mail.Ru², в ходе которого были затронуты темы разработки мобильных версий сайтов и приложений, а также способы монетизации мобильной версии (выборка составила 581 человек).

Для получения полной картины в исследовании были использованы материалы количественных исследований компании Nielsen «Smartphone Insights»³.

В рамках исследования мы провели всесторонний анализ мобильного интернета: описали портрет российского пользователя, проанализировали практики использования мобильного интернета, описали географию посетителей, затронули тему мобильных онлайн-игр.

Мы также рассмотрели коммерческий аспект использования мобильного интернета – рынок мобильной рекламы.

Мобильное направление сейчас активно развивается – эксперты уверены, что именно за ним будущее. Таким образом, исследование будет полезно для стартапов, руководителей и разработчиков интернет-сервисов, которые планируют развиваться: увеличивать количество и лояльность своих пользователей.

1 Рейтинг Mail.Ru (www.top.mail.ru) – это бесплатный сервис, предназначенный для сбора статистики WWW ресурсов и организации их рейтинга

2 Web-специалисты, участники Рейтинга Mail.Ru – это люди, занимающиеся разработкой сайтов и мобильных версий, установившие счетчик Mail.Ru, для того чтобы следить за статистикой сайта

3 Исследование проводилось среди пользователей интернета в возрасте старше 16 лет. Общая выборка составила 1674 респондентов, выборка пользователей смартфонов составила 663 респондента

Портрет пользователя мобильного интернета в России

Проникновение мобильного интернета в России заметно увеличилось за последний год. По данным TNS, в период с декабря 2012 по декабрь 2013 рост месячной аудитории составил 53% - с 16,7 млн до 25,5 млн пользователей старше 12 лет в городах с численностью 100 000 человек)⁴.

Прирост пользователей мобильного интернета за последний год составил 53%



30%



В декабре 2013
выходили в интернет
с мобильного устройства

Источник: TNS Web-Index
Источник: Рейтинг Mail.Ru

Треть дневной аудитории рунета выходили в интернет с мобильных устройств в декабре 2013 года⁵.

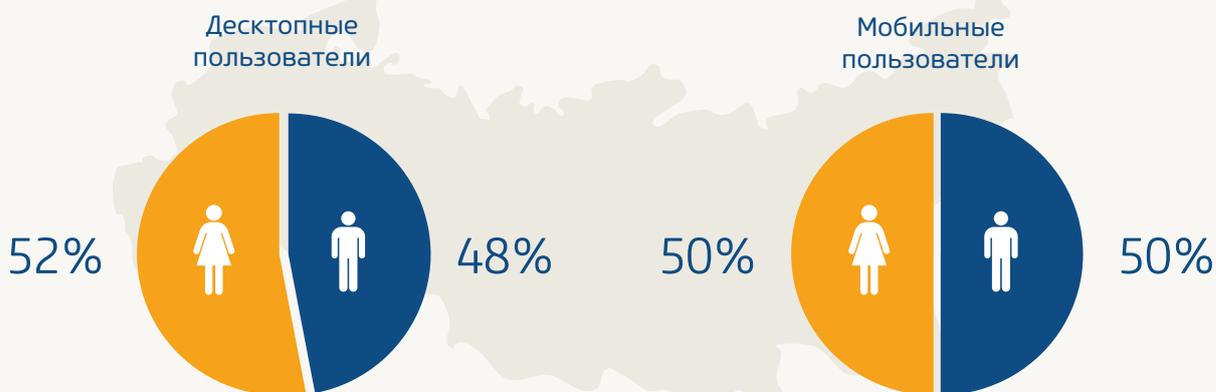
Среди посетителей с мобильных устройств равная доля мужчин и женщин. В то же время среди посетителей с десктопа доля женщин (52%) превышает долю мужчин (48%)⁶.

⁴ Здесь и далее в отчете использованы данные TNS Web-Index по месячной аудитории рунета за декабрь 2013

⁵ Здесь и далее в отчете использованы данные Рейтинга Mail.Ru по дневной аудитории рунета за декабрь 2013

⁶ TNS Web-Index за декабрь 2013, среди населения старше 12 лет в городах с численностью более 100 000 человек

Портрет пользователя мобильного интернета



Источник: TNS Web-Index

Пользователи, выходящие в интернет с мобильных устройств, заметно моложе посетителей с десктопа: почти две трети (65%) младше 30 лет (среди тех, кто выходит в сеть с десктопа, таких 50%). Также среди тех, кто пользуется интернетом на смартфонах и планшетах, почти в 2,5 раза меньше людей старше 50 лет (5% против 12% десктоп-пользователей).

Мобильные и десктопные посетители рунета

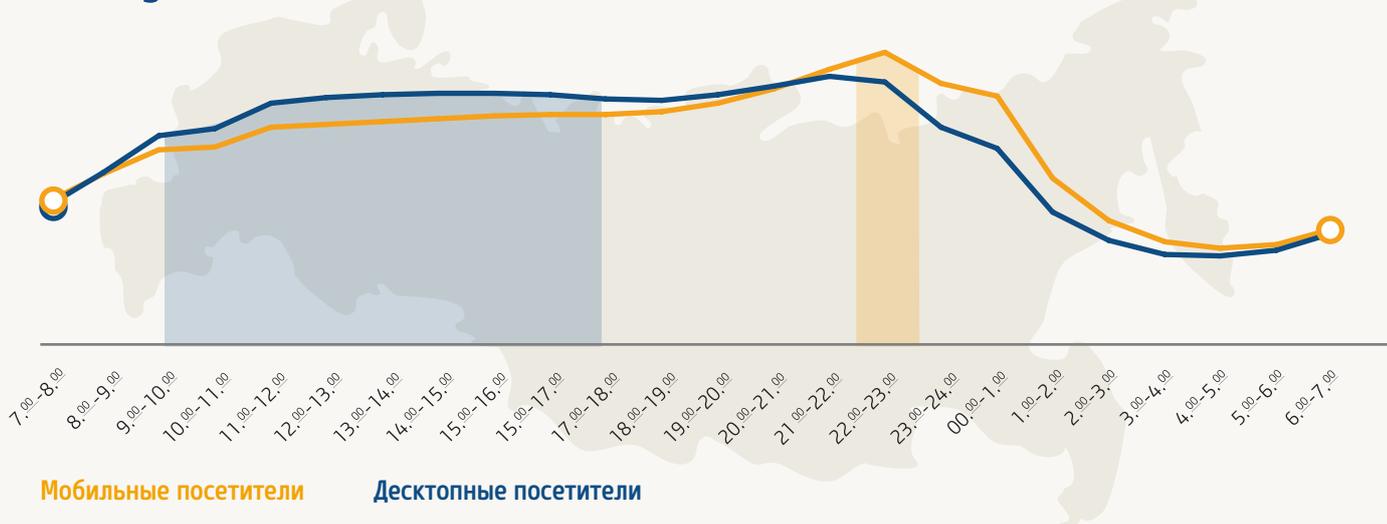


Источник: Рейтинг Mail.Ru

Суточная и недельная активность посетителей мобильного интернета в России

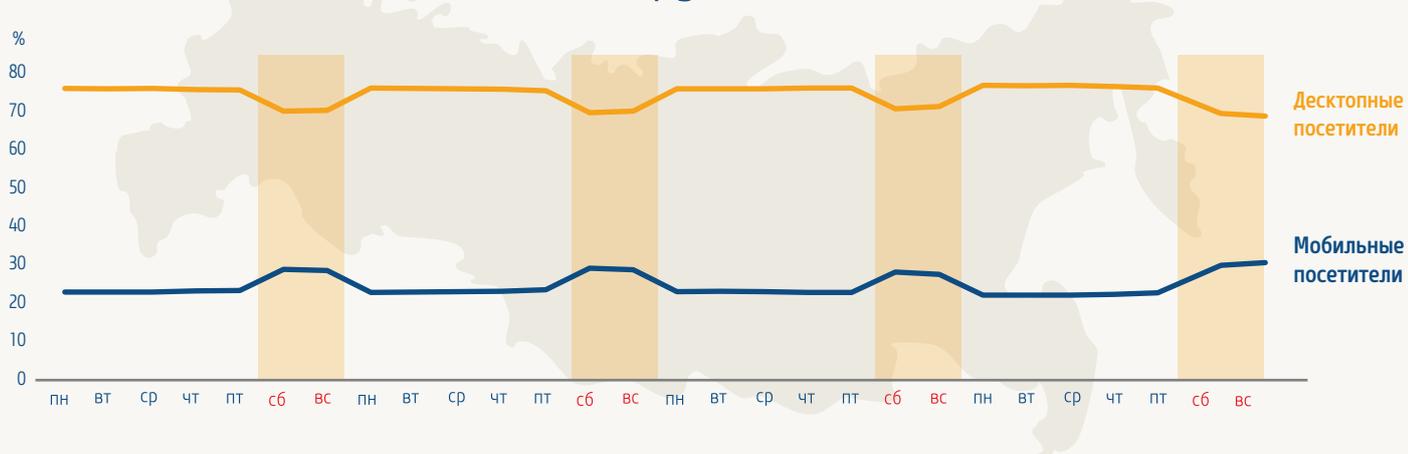
В интернет с телефонов и планшетов активно выходят и на работе, и во время уроков и лекций в течение дня с 9:00 до 22:00. Активность посетителей интернета с мобильных устройств растет в вечерний период с 22:00 до 24:00. Вечером и ночью пользователи мобильных устройств несколько активнее десктопной аудитории, однако разрыв получается незначительным. В рабочее время (с 9:00 до 18.00), напротив, наблюдается чуть большая активность посетителей с десктопов.

Суточная активность десктопных и мобильных посетителей



Активность пользования мобильным интернетом меняется в зависимости от дня недели – в выходные дни доля мобильных посетителей несколько увеличивается. В будние дни растет доля посетителей интернета с десктопов.

Активность посетителей рунета в течение недели



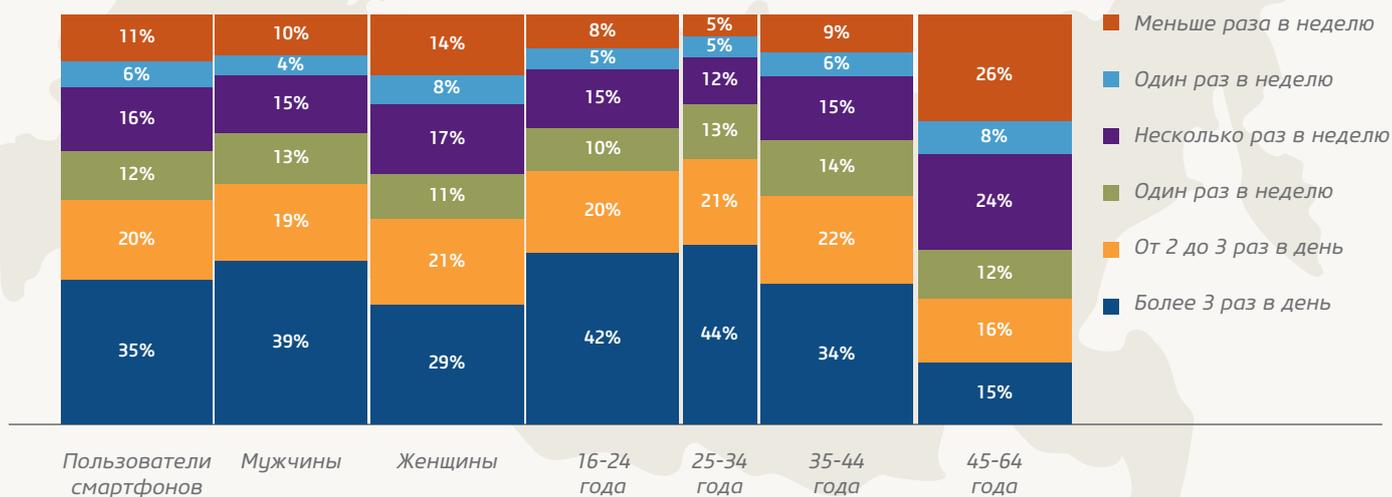
Источник: Рейтинг Mail.Ru

Частота выхода в мобильный интернет

Согласно результатам исследования Nielsen, 55% мобильных пользователей выходят в сеть не менее двух раз в день. Причём мужчины выходят в интернет с помощью мобильных телефонов чаще женщин: более трех раз в день выходят 39% мужчин и 29% женщин.

Чаще всего мобильным интернетом пользуются молодые люди: 42% владельцев мобильных устройств в возрасте 16-24 лет и 44% - 25-34 лет заходят в интернет чаще трех раз в день. Так же часто используют мобильный интернет 34% людей в возрасте 35-44 года, а вот среди людей в возрасте 45-64 года таких лишь 15%.

Частота использования мобильного интернета



Источник: Nielsen Smartphone Insights, 2012

Точки выхода в мобильный интернет

Владельцы мобильных устройств заходят в интернет практически везде, где бы они ни находились. По данным Nielsen, чаще всего они выходят в сеть из дома — так делают 57% пользователей. 23% владельцев мобильных телефонов выходят в интернет на рабочем месте, 22% — в автобусе и поезде, 19% — в барах, ресторанах и кафе.

Топ-10 мест выхода в интернет с телефона

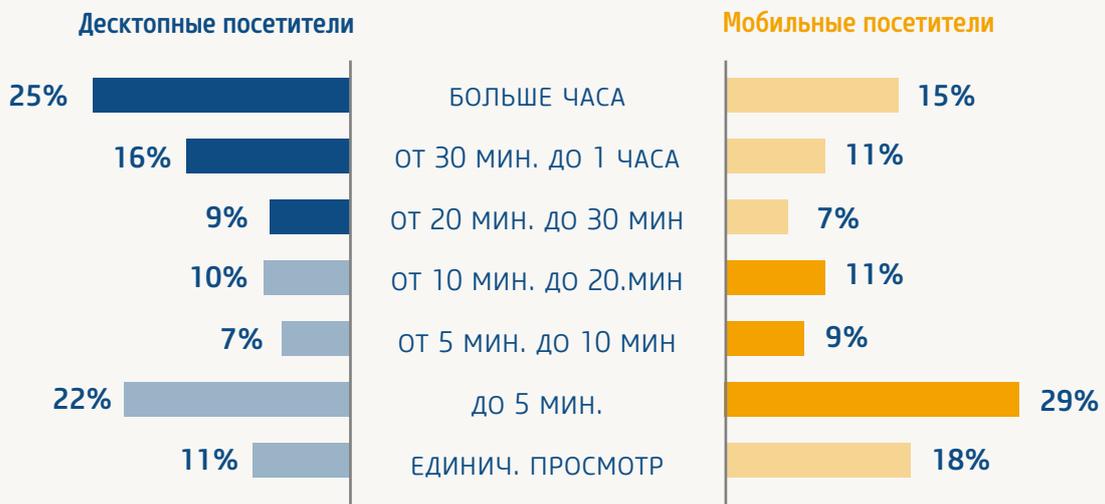


Источник: Nielsen Smartphone Insights, 2012

Время, проведенное на сайте

Выход в интернет с мобильных устройств предполагает менее длительные интернет-сессии. Так, доля пользователей, которые проводят на сайте менее 5 минут, больше среди тех, кто открывает его на смартфоне или планшете, чем среди зашедших со стационарного компьютера или ноутбука. Около половины посетителей (49%), которые выходят в интернет с помощью мобильного устройства, проводят в вебе менее 20 минут.

Время, проведенное в интернете



Источник: Рейтинг Mail.Ru

Портрет пользователя мобильного интернета с точки зрения экспертов

Эксперты в целом сходятся во мнении, что демографический профиль пользователей мобильного интернета смещен в пользу молодежи до 35 лет.



Анна Артамонова

вице-президент Mail.Ru Group, руководитель бизнес-подразделения Почта и портал:

- По мобильному интернету у нас есть своя собственная статистика - мы видим портрет людей, которые заходят на мобильные версии веб-сайтов Mail.Ru, пользуются приложениями. Конечно, это более молодые люди, чем в целом в Рунете, основной возраст до 30 лет, но, если помните, «большой» Интернет тоже так начинался. Среди операционных систем лидерами с большим отрывом, конечно, являются Android и iOS. При этом доля уникальных пользователей на Android растет значительно быстрее, но пользователи смартфонов и планшетов Apple более активны. Все еще заметная часть аудитории заходит в интернет с фичерфонов, но их доля снижается с каждым месяцем.



Константин Рубцов

руководитель разработки мобильных сервисов подразделения Instant Messaging Mail.Ru Group:

- Мобильная аудитория отличается большей активностью — социальной, интерактивной, сетевой. Более того, уже сейчас в среде разработчиков крупных сервисов появляется новый термин Mobile Only — количество тех, кто пользуется продуктом только с мобильного, не заходя с компьютера или ноутбука.



Дмитрий Пашутин

директор по медиааналитике Ivi.ru:

- В целом, мобильный интернет для населения нашей страны остаётся явлением новым. (...) Как мы знаем, популяризация всего нового в сфере интернет-технологий и девайсов в большинстве случаев начинается с молодой аудитории, затем постепенно распространяется в старшие возрасты. И мужчины осваивают новинки раньше женщин. По этому пути когда-то шёл интернет, по этому пути шло online-видео, такую же картину мы сейчас наблюдаем в части мобильного интернета.



Михаил Рязанов

руководитель мобильного подразделения Mail.Ru Group:

- Молодые люди в возрасте от 16 до 35 лет. Десктопная интернет-аудитория и мобильная аудитория – это одни и те же люди, только мобильная аудитория более платежеспособная, в отличие от десктопной.

География выхода в интернет

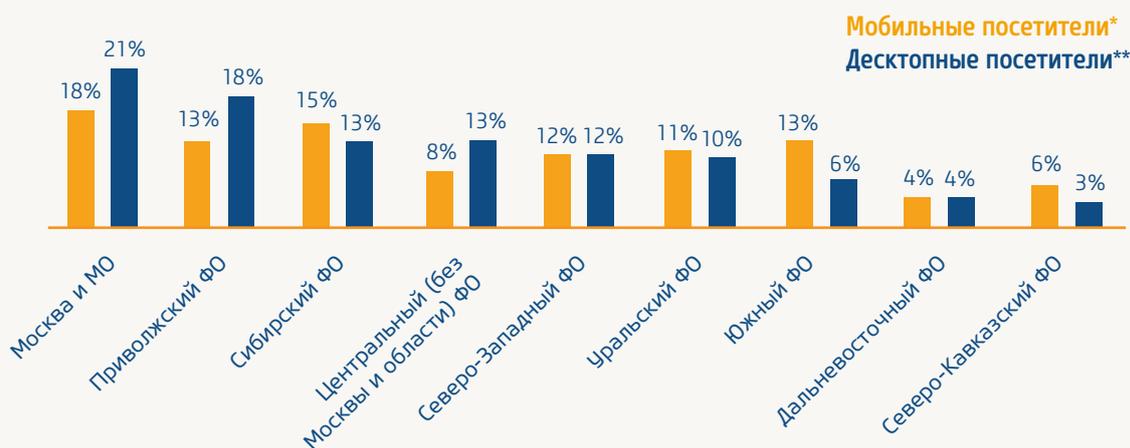
В Москве десктопных посетителей больше, чем пользователей мобильного интернета: это связано с концентрацией офисов, где для работы используются стационарные компьютеры или ноутбуки.

В Южном и Северо-Кавказском регионе пользователи чаще выходят в интернет с помощью мобильных устройств, чем с компьютеров. В этих федеральных округах наибольшая доля сельского населения⁷ и заметно хуже развита проводная инфраструктура, поэтому мобильный интернет зачастую доступнее десктопного.

В Центральном и Приволжском регионах чаще выходят в сеть с десктопа.

В Северо-Западном и Дальневосточном регионах количество пользователей мобильного и десктопного интернета оказалось равным.

География мобильных и десктопных посетителей



* Процент от всех мобильных посетителей

** Процент от всех десктопных посетителей

Источник: Рейтинг Mail.Ru

⁷ По данным Росстат

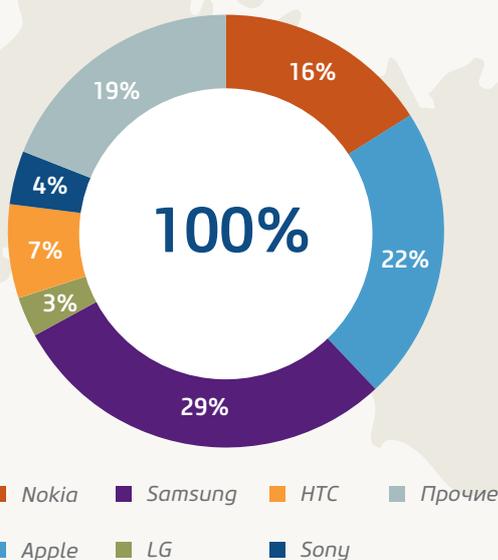
Устройства, используемые в мобильном интернете

В этой части исследования рассмотрим устройства, на которых пользователи открывают мобильные версии сайтов – «мобильный веб», а также устройства, на которых установлены приложения.

Мобильный веб

Самыми активными пользователями мобильного интернета стали владельцы Samsung (29%), Apple (22%) и Nokia (16%) (измерялась активность этих пользователей)⁸. Nokia все еще входит в тройку лидеров; это может быть связано с популярностью недорогих моделей этого бренда. При этом активнее всего обладатели телефонов на ОС Android (55%). За ними следуют пользователи телефонов на платформах iOS (26%), J2ME (11%), Symbian (5%), Windows Phone (3%)⁹.

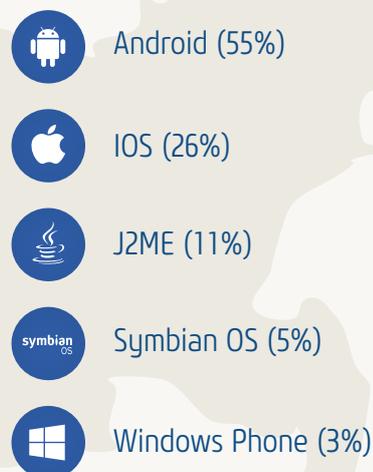
Производители устройств в мобильном вебе



Источник: внутренние данные Mail.Ru Group

Мобильные устройства, с которых посещают мобильный веб

Топ-5 мобильных платформ



Источник: Рейтинг Mail.Ru

⁸ По внутренним данным Mail.Ru Group. Сравниваются хиты, а не уникальные пользователи

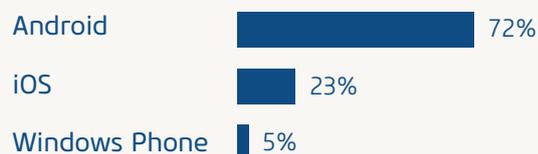
⁹ По данным Рейтинга Mail.Ru

Мобильные приложения

Пользователи мобильных приложений чаще всего предпочитают устройства на платформе Android (72%), iOS (23%) Windows Phone (5%)¹⁰.

Несмотря на то, что iOS уступает по популярности Android, владельцы смартфонов Apple наиболее активны в использовании приложений. В среднем владельцы iPhone используют 25 приложений в месяц, в то время как владельцы смартфонов на базе Android – от 11 до 15¹¹.

Операционные системы



Производители устройств, %



Источник: внутренние данные Mail.Ru Group

В ходе исследования был составлен рейтинг устройств на Android, популярных среди пользователей приложений. Неудивительно, что телефоны марки Samsung возглавили его. Так, согласно данным GfK, Samsung занимал лидирующие позиции как по числу устройств, так и по выручке в декабре 2013 года, несмотря на сокращение продаж в 2013 году¹².



Топ-10 устройств на Android:

1. Samsung Galaxy S III
2. Samsung Galaxy S4
3. Samsung Galaxy S II
4. Samsung Galaxy Note II
5. Samsung Galaxy S4 Mini
6. Samsung Galaxy S3 Mini
7. Samsung Galaxy Tab 2
8. HTC One S
9. HTC One
10. MegaFon SP-AI

Источник: внутренние данные Mail.Ru Group

¹⁰ По внутренним данным Mail.Ru Group. Распределение дано между самыми популярными платформами, для которых у Mail.Ru есть приложения

¹¹ Nielsen, Smartphone Insights For Russia 2012

¹² <http://www.vedomosti.ru/tech/news/22525451/samsung-teryaet-dolyu-rynka>

Перераспределение мобильных платформ в России: мнение экспертов



Анна Артамонова

вице-президент Mail.Ru Group, руководитель бизнес-подразделения Почта и портал:

- Очевидно, что в ближайшие несколько лет лидерами останутся операционные системы Android и iOS, причем Android будет уходить в отрыв за счет дешевых китайских аппаратов. Apple как премиальная марка не сможет себе позволить так демпинговать.



Александр Доржиев

сооснователь и технический директор AlterGeo:

- Одна из возможностей серьезного изменения долей на рынке платформ – это выпуск кем-то из крупных производителей (Samsung, HTC) большого количества устройств на новой хорошей платформе, возможно, собственного сочинения. Например, Samsung с Intel'ом делают Tizen. И тут всё зависит от того, насколько качественным получится продукт на выходе. Кстати, ещё одной предпосылкой может стать появление и большое распространение каких-нибудь устройств совершенно нового типа. Каких-нибудь часов, мягких смартфонов, которые наматываются на руку в виде браслета, очков с дополненной реальностью, чипов в мозг и прочих интересных новинок.



Екатерина Солнцева

вице-президент, директор департамента продуктов для мобильных платформ компании АBBYY:

- На рынке устройств лидером останется Android – слишком далеко он оторвался от конкурентов, догнать и перегнать его будет трудно и займет время. Думаю, постепенно начнет завоевывать позиции Windows Phone 8, теснить он будет и iOS, и Android, но вот кого из них больше – это вопрос, который частично прояснится этой осенью после выхода нового iPhone. Многое зависит от того, как рынок примет это устройство. При этом все идет к тому, что Apple перестанет быть единственным лидером на рынке мобильных приложений, так, уже сейчас Google Play растет быстрее AppStore и по числу скачиваний, и по объему продаж.

Практики использования мобильного интернета

Цели использования мобильного интернета

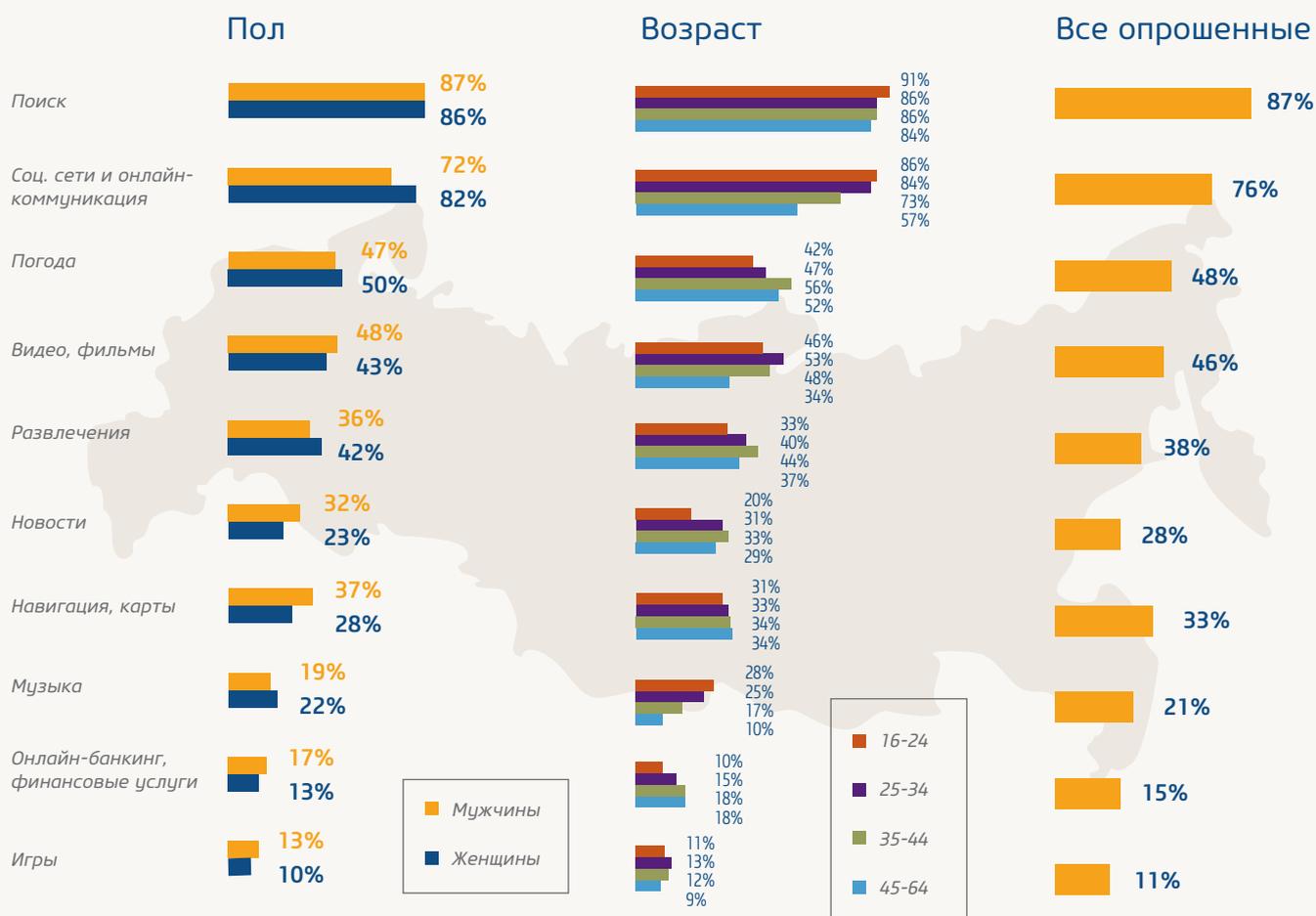
С помощью мобильного интернета пользователи оперативно получают информацию. Вполне логично, что поиск информации, посещение социальных сетей и онлайн-коммуникации – основные цели использования мобильного интернета, согласно результатам исследования Nielsen.

Женщины заметно чаще используют мобильный интернет для общения, онлайн-коммуникации.

Мужчины заметно чаще женщин читают новости, используют навигационные сервисы.

Пользователи смартфонов до 35 лет чаще пользователей старше 35 лет общаются, смотрят фильмы и слушают музыку в мобильном интернете.

Различия в целях использования мобильного интернета среди владельцев смартфонов



Источник: Nielsen Smartphone Insights, 2012

Типы используемых мобильных приложений¹³

По данным Nielsen, владельцы смартфонов в среднем используют 13 мобильных приложений хотя бы один раз в месяц.

Пользователи смартфонов в возрасте 16-34 лет регулярно используют в среднем 15-16 мобильных приложений, в то время как люди в возрасте 35-64 лет — 10-12 приложений.

Музыка, работа с фотографиями, приложения для повышения продуктивности и социальные сети — самые популярные приложения среди владельцев смартфонов.

Предпочтения в использовании приложений меняются в зависимости от пола и возраста. Мужчины чаще используют игровые и новостные приложения, а женщины — коммуникационные приложения (сервисы по обмену мгновенными сообщениями).

Молодые люди в возрасте 16-24 лет чаще всех других возрастных групп используют игровые (14%) и развлекательные (9%) приложения.

Люди в возрасте 45-64 лет чаще всех обращаются к приложениям, повышающим продуктивность (15% — это в 3-5 раз больше, чем в других возрастных группах).

В среднем пользователи смартфонов загружают или обновляют более 25 приложений в месяц.

Женщины загружают больше приложений, чем мужчины (28 против 25 приложений в месяц).

Пользователи в возрасте 16-34 лет обгоняют по этому показателю представителей более старших поколений.

Большинство загружаемых приложений бесплатные: лишь чуть больше трети (35%) приложений для смартфонов были куплены. Владельцы смартфонов в пожилом возрасте чаще используют платные приложения, чем представители более молодых возрастных групп.

Типы регулярно используемых приложений среди владельцев смартфонов

		Мужчины	Женщины	16-24	25-34	35-44	45-64	
Музыка		14%	14%	13%	16%	13%	16%	10%
Фотография		11%	10%	12%	9%	10%	12%	14%
Игры		10%	12%	8%	14%	9%	10%	6%
Соц. сети		9%	9%	10%	11%	10%	9%	4%
Коммуникация		7%	5%	9%	5%	6%	8%	9%
Погода		6%	7%	6%	6%	5%	7%	10%
Продуктивность		6%	7%	5%	3%	5%	5%	15%
Развлечения		6%	6%	5%	9%	5%	5%	2%
Видео/кино		6%	5%	6%	7%	6%	6%	3%
Новости		5%	7%	4%	5%	6%	5%	7%
Карты, навигация, поиск		4%	5%	4%	4%	4%	5%	5%
Банк, финансы		3%	3%	3%	1%	4%	4%	5%
Спорт		2%	2%	2%	2%	3%	1%	1%
Образование		2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%
Здоровье		2%	1%	2%	1%	3%	1%	0%

Доля от общего числа приложений
Источник: Nielsen Smartphone Insights, 2012

¹³ В этой главе данные представлены результаты исследования Nielsen "Smartphone Insights 2012"

Мобильные онлайн-игры

Российский рынок мобильных игр вырос с 99 млн долларов США в 2012 году до 150 млн долларов США в 2013 году. Развитию способствовал рост доли рынка смартфонов.

По данным исследования розничной сети «Связного», продажи смартфонов в России в 2013 году выросли на 51% по сравнению с показателем 2012 года и составили 18,5 миллиона устройств. В декабре 2013 года продажи смартфонов впервые превысили отметку два миллиона штук в месяц и составили 3,2 миллиона штук на 28 млрд рублей¹⁴.

Розничная сеть компании МТС отмечает увеличение доли продаж недорогих смартфонов стоимостью до 5000 рублей на протяжении 2013 года до 58% с 37,5% от общего объема продаж смартфонов в натуральном выражении, в то же время наблюдается сокращение продаж обычных телефонов на 28%¹⁵.

Мобильная реклама

Согласно прогнозу Gartner, мировые расходы на мобильную рекламу в 2014 году возрастут на 37% и составят 18 млрд долларов США. К 2017 году рынок мобильной рекламы увеличится до 41,9 млрд долларов США, что более чем в три раза больше прошлогодних показателей. Наряду с развивающимися рынками Бразилии и Мексики, Россия станет одной из основных стран-драйверов роста мобильной рекламы¹⁶.

По данным Opera Mediaworks, в четвертом квартале 2013 года Россия поднялась с седьмого на четвертое место в мире по количеству рекламных запросов и показов по сравнению со вторым кварталом и сейчас по этому показателю уступает только США, Индии и Индонезии¹⁷.

Способы монетизации мобильных версий и приложений: мнение экспертов



Анна Артамонова

вице-президент Mail.Ru Group, руководитель бизнес-подразделения Почта и портал:

- Есть глобальный тренд развития freemium-модели, т.е. когда само приложение бесплатно, а платишь за покупки «дополнительных услуг» внутри него. Конечно, в первую очередь это касается игр, которые, собственно и составляют один из основных рынков мобильных приложений, но и серьезные приложения, например, в категории Продуктивность, тоже склоняются к этой модели.

¹⁴ <http://digit.ru/business/20140117/410859979.html#ixzz2tlbYEh30>

¹⁵ <http://telecom.cnews.ru/news/line/index.shtml?2014/02/17/560830>

¹⁶ <http://www.gartner.com/newsroom/id/2653121>

¹⁷ <http://operamediaworks.com/insights/sma.html>



Грачик Аджаян
CEO Budist.ru:

- Пока что Будист снимает деньги с пользователей со счетов их мобильных телефонов. Речь идет о продаже дополнительных услуг, таких как разговор свыше бесплатного лимита времени (2 мин), заказ будильника-звонка от своего кумира или с гороскопом на сегодня. Все деньги мы получаем в обход мобильных платформ, однако приходится делиться с мобильными операторами.

Фремиум продолжит набирать популярность. Но, на мой взгляд, главная перспектива лежит за безакцептными микроплатежами. То есть вы привязываете карту и пользуетесь своими любимыми сервисами и играми, которые имеют возможность без дополнительных подтверждений снимать деньги с вашего счета соразмерно использованию дополнительных услуг. Так люди начнут платить намного меньше за 1 раз, но гораздо чаще и только за то, чем на самом деле воспользовались. Это кажется достаточно справедливой моделью.



Константин Рубцов
руководитель разработки мобильных сервисов подразделения Instant Messaging Mail.Ru Group:

- Все зависит от типа приложения. Приложения для развлечений, скорее всего, будут переходить на in-app purchases, профессиональные или нишевые продукты будут продолжать взимать плату за установку.



Дмитрий Пашутин
директор по медиааналитике Ivi.ru:

- Мы монетизируем свои приложения по рекламной модели. Кроме того, пользователям доступны приложения с платным доступом к контенту Ivi.ru+ (подписка на каталоги голливудских студий).

Достаточно сложно выделить модель монетизации, которая будет доминировать в будущем. Разнообразие продуктов, которые реализуются через приложения, обуславливает различную эффективность той или иной модели для конкретного бизнеса. Уверен, что приложения будут монетизироваться и по рекламной модели, и через продажу возможностей внутри приложения, и через продажу самих приложений (платы за установку). Мне представляется интересной модель оплаты на основе оценки услуги после её использования. С другой стороны, это достаточно идеалистичная схема, требующая высокого уровня сознательности аудитории и её ответственности, поэтому оценить перспективы такого подхода в настоящее время достаточно сложно.



Екатерина Солнцева
вице-президент, директор департамента продуктов для мобильных платформ компании АBBYY:

- У нас все просто – наши приложения платные сами по себе. Кроме того, мы используем механизм докупки из приложений. Например, из АBBYY Lingvo можно дополнительно приобрести необходимые словари, а из приложения АBBYY Business Card Reader – докупить модуль интеграции с CRM-системой Salesforce, позволяющий переносить все данные с визитных карточек прямо в CRM.



Михаил Рязанов
руководитель департамента мобильных игр Mail.Ru Group:

- Free-to-play и freemium – встроенные покупки в бесплатной версии игры/приложения.

Мнение web-специалистов о мобильном интернете

В сентябре 2013 года Mail.Ru Group провела исследование среди профессиональной группы web-специалистов.

Адаптация сайтов под мобильные устройства

Более двух третей (67%) web-специалистов пока не адаптируют сайты под мобильные устройства. Мобильные приложения обладают потенциалом для роста: тех, кто разрабатывает приложения для своих сайтов, всего 5%. Доля специалистов, использующих мобильные версии сайтов, более чем в 5 раз выше — таких 28%.

Уже 19% владельцев сайтов планируют создать мобильную версию. Однако почти треть web-специалистов (28%), не имеющих мобильной версии, не планируют адаптировать свой сайт под мобильные устройства.

Web-специалисты об адаптации сайтов для мобильных устройств



Источник: Опрос web-специалистов, сентябрь 2013

Барьеры и драйверы создания мобильной версии сайта

В основном веб-специалисты не адаптируют сайты, так как уверены, что потребление контента возможно на приемлемом уровне и без специальной версии (40%).

Следующей распространенной причиной является отсутствие необходимости адаптации в силу особенностей использования сайта (29%), а также отсутствие ощутимого мобильного трафика (19%).

Основной драйвер создания мобильной версии сайта – это возможность увеличения аудитории (60%). К числу других наиболее популярных причин относятся обеспечение быстродействия по сравнению с десктопной версией сайта (39%), наличие существенной доли мобильных пользователей (26%) и некорректное отображение контента при загрузке с мобильных устройств (26%).

Создание мобильной версии

Основной драйвер: рост аудитории сайта

Основной барьер: потребление контента неадаптированного сайта на приемлемом уровне

Барьеры (топ-3)

40%

Возможность потребления контента сайта на приемлемом уровне без мобильной версии

29%

Отсутствие необходимости по причине особенностей сайта

19%

Отсутствие ощутимого мобильного трафика

Драйверы (топ-3):

60%

Рост аудитории сайта

39%

Обеспечение быстродействия по сравнению с десктопной версией сайта

26%

Существенна доля мобильных пользователей

Источник: Опрос веб-специалистов, сентябрь 2013

Топ-5 категорий сайтов, требующих адаптации под мобильные устройства

По мнению web-специалистов, больше всех других сайтов требуют адаптации под мобильные устройства социальные сети/ форумы/ сайты знакомств, онлайн-сервисы, справочные сайты, новостные сайты и СМИ.

- Социальные сети, форумы, сайты знакомств
- Онлайн-сервисы
- Справочные сайты
- Новости и СМИ



Источник: Опрос web-специалистов, сентябрь 2013

Соотношение мобильной и десктопной версии

Web-специалисты также оценили соотношение мобильной и десктопной версий собственного сайта с точки зрения сравнения функционала и аудитории. 49% web-специалистов отмечают, что функционал мобильной версии не отличается от функционала основного сайта, а 45% технических специалистов ответили, что в мобильной версии он упрощен.

Большинство специалистов (77%) говорят, что пока среди аудитории сайта преобладают пользователи десктопной версии.

Функционал мобильной версии не отличается или упрощен по сравнению с основным сайтом



Пока на сайтах преобладает десктопная аудитория – 77%



Источник: Опрос web-специалистов, сентябрь 2013

Стратегии поведения при попадании на неадаптированный сайт

Только 23% опрошенных технических специалистов считают, что при попадании на неадаптированный веб-сайт посетители сразу же покинут его.

В то же время практически половина опрошенных веб-мастеров (46%) считает, что пользователи будут меньше посещать сайт, если он не адаптирован под мобильные устройства.

Практически треть (31%) опрошенных предполагают, что пользователи продолжат использование неадаптированного сайта в обычном режиме.

Стратегии пользователей при попадании на неадаптированный сайт



Источник: Опрос веб-специалистов, сентябрь 2013

Мы наблюдаем ежегодный рост проникновения мобильного интернета в России. Все больше людей используют мобильные устройства в повседневной жизни. Уже сейчас некоторые веб-специалисты считают стратегически важной разработку мобильных версий сайтов, и их число будет расти. «Мобилизация» сайтов станет дополнительным драйвером развития мобильного интернета в скором будущем.

Эксперты о будущем рынка мобильного интернета

Эксперты единогласно отмечают общий тренд роста рынка мобильных приложений, особенно игровых, бизнес- и lifestyle-приложений.



Екатерина Солнцева

вице-президент, директор департамента продуктов для мобильных платформ компании АВВУУ:

- Сегодня в мире заметен сильный тренд на игры и геймификацию неигровых приложений. (...) Но если смотреть на 5 лет вперед, то, я думаю, наиболее заметный рост ожидается в бизнес-сегменте. В частности, об этом говорит все возрастающий интерес к мобильным приложениям со стороны корпораций. Как только этот интерес перейдет в практическую плоскость, мы увидим рост сегмента бизнес-приложений, причем как в деньгах, так и в количестве пользователей.



Александр Доржиев

сооснователь и технический директор AlterGeo:

- Серьезный прорыв должен случиться в играх. (...) Обязательно в разы и, наверное, десятки раз вырастет рынок мобильной коммерции, т.е. продажи товаров и услуг через мобильные приложения.



Грчик Аджаян

CEO Budist.ru:

- В течение пяти лет приложения станут универсальными интерфейсами для взаимодействия со множеством вещей из реальной жизни. Ваша обувь, весы, медицинское оборудование и холодильник станут намного умнее и отзывчивее благодаря специальным мобильным приложениям. Как вариант: холодильник будет присылать вам на телефон push-уведомление "Вот-вот закончится молоко, заказать еще?" и даст вам возможность одним касанием заказать необходимые товары.



Дмитрий Ставиский

экс-Evernote:

- Stores будут оставаться основным методом распространения приложений — в первую очередь, App Store и Google Play. Попытки сотовых операторов, OEMs (Samsung, Lenovo) и крупных интернет-компаний как Amazon, Baidu создать свои stores будут продолжаться, но за пределами Китая успехом не увенчаются. Android останется основной массовой платформой для смартфонов, отвоюет долю рынка планшетников у iOS. iOS останется второй платформой. Роль Windows Phone, Chrome OS и Firefox OS продолжит расти, но Android и iOS они не догонят. Упростятся и станут более популярны in-app платежи. Роль подписки и платного контента в экономике интернета (включая рунет) будет расти, а рекламы — падать.

Эксперты о будущем рынка мобильного интернета

В качестве основных драйверов роста мобильного интернета в России эксперты отмечали развитие привычки пользования, развитие услуг связи и рост проникновения мобильных устройств, снижение стоимости трафика и самих мобильных устройств, переход пользователей от компьютеров к планшетам, прирост аудитории за счет распространения Wi-Fi и 3G-интернета.



Михаил Рязанов

руководитель департамента мобильных игр Mail.Ru Group:

- Мобильность полностью вытеснит персональные компьютеры. Развитие и удешевление технологий и рост проникновения интернета – главные факторы прогресса.



Екатерина Солнцева

вице-президент, директор департамента продуктов для мобильных платформ компании ABBYY:

- Думаю, прирост аудитории возможен, прежде всего, благодаря распространению бесплатного Wi-Fi и увеличению качества 3G-интернета. Пока проблемы с качеством услуг передачи данных заметны даже в Москве, не говоря о регионах.



Дмитрий Пашутин

директор по медиааналитике Ivi.ru:

- На мой взгляд, рост будет обеспечиваться тремя факторами: развитием привычки, развитием услуг связи и ростом проникновения мобильных устройств.



Иван Мыздриков

руководитель проекта мобильной почты Mail.Ru Group:

- Как и в последние несколько лет, важным драйвером роста является снижение стоимости трафика и самих устройств. На замену фичерфонам приходят недорогие смартфоны на Android.

Другой важный тренд - расширение многообразия мобильных устройств, обменивающихся информацией. Давно никого не удивишь планшетом, и для многих он стал третьим устройством для доступа к Сети, помимо ПК и смартфона. Ряд производителей уже сделали шаг дальше и представили персональные гаджеты, обменивающиеся информацией как между собой напрямую, так и через интернет: «умные» часы, фотоаппараты, датчики пульса, шагомеры и т.п.

Эксперты едины во мнении: пока рано говорить о том, что мобильный интернет полностью заменит десктопный. Однако доля десктопных устройств начинает постепенно сокращаться.



Анна Артамонова

вице-президент Mail.Ru Group, руководитель бизнес-подразделения Почта и портал:

Основной точкой роста в ближайшие 2-3 года будут, безусловно, планшеты. Причем, уже очевидно, что самым массовым становится самый «проблемный» для разработчиков сегмент «мини» (это около 7 дюймов). В ближайшее время большая часть «казуальных» домашних пользователей пересядут с десктопов на планшеты, и именно планшеты будут генерить основной интернет-трафик уже, думаю, в ближайшие 2 года. Компьютеры с клавиатурой останутся «профессионалам» - офисным работникам, дизайнерам, программистам.

В перспективе стоит говорить об изменении самого понятия – что мы будем называть десктопом? Если подключить к планшету 30-ти дюймовый дисплей, широкополосный интернет, клавиатуру и мышь, станет ли он десктопом, т.е. стационарным рабочим местом? Или останется мобильным? Если подключение беспроводное?

Не думаю, что компьютеры и ноутбуки исчезнут полностью - просто потому, что мобильные устройства неудобны для решения некоторых задач (например, ввода большого количества текста). Но значительную часть своих повседневных потребностей пользователи уже сегодня реализуют через смартфоны и планшеты. И в перспективе эта доля будет драматически расти.



Александр Доржиев

сооснователь и технический директор AlterGeo:

- Конечно, десктопное потребление интернета может исчезнуть со временем, но не из-за замены его смартфонами и планшетами. А, может быть, из-за каких-то совершенно новых вариантов устройств, средств доступа к информации и ввода информации, которые мы пока ещё не можем отчетливо себе представить. В любом случае, лет пять у десктопов есть совершенно точно, а может быть и больше.



Грачик Аджаян

CEO Budist.ru:

- Десктопное потребление интернета исчезнет только в тот день, когда не останется понятия "десктоп". На мой взгляд, это случится в связи с трансформацией: все ваши персональные данные и настройки операционной системы переедут жить в облака, а вместо персональных компьютеров у нас появятся универсальные тач-терминалы. Авторизация в таком терминале будет подгружать ваши персональные данные, открытые окна и настройки. Это и будут десктопы будущего.

Заключение

Мобильный интернет стремительно наращивает обороты: в период с декабря 2012 по декабрь 2013 рост месячной аудитории в городах с численностью более 100 000 человек составил 53%.

В качестве основных стимулов роста мобильного интернета в России эксперты упоминали развитие привычки пользования, развитие услуг связи и рост проникновения смартфонов и планшетов, снижение стоимости трафика и самих мобильных устройств, переход пользователей от ноутбуков и десктопов к планшетам, прирост аудитории за счет распространения Wi-Fi и 3G-интернета.

Есть ли характерные черты у мобильной аудитории? Пользователи, выходящие в интернет с мобильных устройств, заметно моложе посетителей, выходящих в сеть с компьютера или ноутбука. Кроме того, в отличие от десктопной аудитории, среди мобильных пользователей соотношение мужчин и женщин пока равное. Мобильные пользователи выходят в сеть со смартфонов и планшетов в течение рабочего дня, но большая активность приходится на вечерние и ночные часы, а также на выходные. Чаще всего они ищут информацию, общаются в социальных сетях, следят за погодой и смотрят видео/фильмы. Перечень наиболее популярных операционных систем в мобильном вебе возглавляют Android (55%) и iOS (26%).

При этом не адаптированные для мобильных устройств сайты в рунете по-прежнему преобладают (67%), и не все веб-мастера пока готовы активно включиться в «мобилизацию». Большинство считает, что обычная версия предлагает контент на приемлемом уровне. Тем не менее, рост аудитории мобильного интернета предполагает, что со временем веб-специалисты придут к необходимости адаптации своих ресурсов для мобильного веба. И чем раньше это случится, тем выше будут их шансы завоевать лояльность пользователей и увеличить мобильную аудиторию.