

Тенденции поведения потребителей

ИНДИКАТОРЫ ОНЛАЙН ПОВЕДЕНИЯ АКТИВНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
ПО ДАННЫМ РЕГУЛЯРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ONLIFE // IPSOS COMCON. АВГУСТ 2016

Доля оплачивающих контент в Интернете не снизилась в кризис

По данным регулярного исследования [OnLife](#) компании Ipsos Comcon, каждый третий активный интернет-пользователь* платит за контент в Интернете. Интересно отметить, что **несмотря на кризис, доля тех, кто оплачивает контент в сети, остается стабильной с 2014 года**. С другой стороны, средняя сумма платежей за 3 месяца снизилась — с 679 рублей в 1 пол. 2015г. до 608 рублей в 1 пол. 2016г.

Наиболее популярным платным контентом в Интернете являются игры. На них тратит деньги почти каждый второй (49%) активный пользователь Интернета в России, среди тех, кто в целом платит за контент. При этом в среднем за 3 месяца траты на игры составляют 960 рублей. Но самый большой средний платеж приходится на программное обеспечение — 1087 рублей. При этом доля пользователей, которые покупают софт, тоже довольно высока: 30% среди плативших за контент в 1 пол. 2016г. Чуть меньше (27%) активных

интернет-пользователей платит за приложения для смартфонов, и это третий по популярности платный контент в сети. Однако траты на приложения для смартфонов довольно скромные — в среднем 391 рубль за 3 месяца.

Среди активных интернет-пользователей, значимо чаще за веб-контент платят мужчины. При этом в основном мужчины тратят деньги в Интернете на игры. А женщины чаще покупают электронные или аудио книги. Помимо этого, траты на контент зависят от профессиональной деятельности. Так, например, работники сферы IT значимо чаще остальных приобретают программное обеспечение в сети, а люди занятые в маркетинге, рекламе и PR — электронные подписки на газеты и журналы.

Ожидаемо, люди с высоким материальным положением значимо чаще платят за контент в сети, чем люди с низким материальным положением.

* Активные интернет-пользователи - недельная аудитория Интернета, пользующаяся 3-мя и более типами интернет-сервисов.

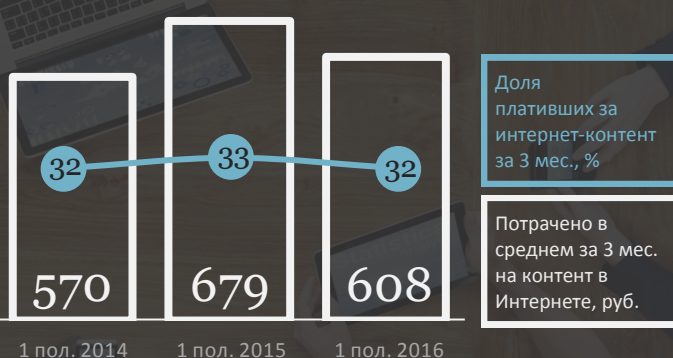
Об исследовании

OnLife — регулярное исследование интернет-поведения активной онлайн-аудитории от 16 до 54 лет, пользующейся 3-мя и более видами интернет-сервисов. Опрос проводится раз в полугодие в городах с населением 100 тыс.+

Специализированное исследование OnLife содержит данные о стиле жизни и портрете активной интернет-аудитории в России. Дает возможность анализировать пользование интернет-сервисами, устройства выхода в Интернет, покупки онлайн и финансовое поведение активной интернет-аудитории.

[Подробнее >>>](#)

Траты на контент в 1 пол. 2016 года снизились



Источник: Ipsos Comcon, исследование OnLife
Выборка: Активные интернет-пользователи 16-54 лет, города 100 тыс.+

Контакт:

Третьякова Ольга • +7 (495) 502 98 98 • Olga.Tretyakova@ipsos.com
Ipsos Comcon • (495) 502 9898 • www.ipsos-comcon.ru

GAME CHANGERS

