

Пресс-релиз

Исследование GfK: Зависимость от технологий

29 июня, 2017

Контакты отдела
коммуникаций GfK Rus

Александр Федотов
Aleksandr.Fedotov@gfk.com
+ 7 495 937 7222

Наталья Игнатьева
Natalia.Ignatyeva@gfk.com
+7 926 762 7336

- Каждому третьему потребителю трудно бороться с зависимостью от технологий
- В Китае, Бразилии и Аргентине самая большая доля респондентов, которым сложно временно отказаться от использования гаджетов
- Россия – в топ-5 стран по доле пользователей, которые могут с легкостью отказаться на время от гаджетов

Нюрнберг - Москва, 29 июня 2017 – Треть участников (34 процента) онлайн-опроса GfK, проведенного в 17 странах, включая Россию, твердо убеждены, что «временно отказаться от использования технологий (своего мобильного, компьютера, ТВ и т.д.) им будет сложно, даже при необходимости». Легко пережить временное расставание со своими гаджетами готовы лишь 16 процентов респондентов.

Данные, полученные исследовательской компанией GfK, показывают, что зависимость от гаджетов одинаково проявляется как среди мужчин, так и среди женщин: примерно одинаковое число мужчин и женщин согласны, что им будет трудно не пользоваться технологичными устройствами.

Впрочем, отчетливые различия в ответах можно обнаружить при сравнении результатов по возрастным группам и уровням дохода семей.

Кто больше всего зависим от гаджетов

Сложнее всего отказаться на время от использования технологий, даже когда это необходимо, - подросткам (15-19 лет): с тем, что это так, согласились 44 процента из них. Похожая ситуация с зависимостью от технологий - среди молодых людей в возрасте 20 лет и старше (41 процент). Среди пользователей старше тридцати лет зависимость от технологий уже меньше, в этой группе 38 процентов опрошенных согласились с тем, что им трудно даже на время и по необходимости отказаться от использования гаджетов. Зато в более старших возрастных группах доля тех, кому сложно отложить гаджеты в сторону, резко падает: 29 процентов в группе пользователей 40-49 лет, 23 процента в возрасте 50-59 лет и 15 процентов в возрасте старше 60 лет.

И стоит заметить, что в группе потребителей старше 50 лет, доля тех,

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

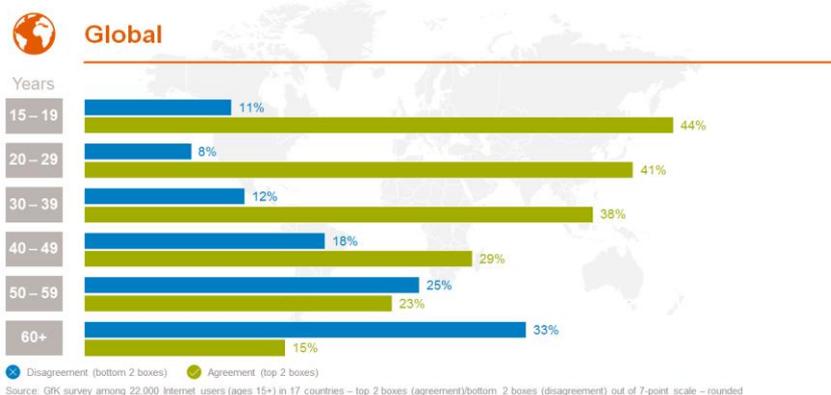
Management Board:
Peter Feld (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory
Board:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register
Nuremberg HRB 25014

кому отказ от использования гаджетов не представляет сложности, оказалась выше тех, кто с трудом представляет себя без технологий.

I find it difficult to take a break from technology, even when I know I should
Agreement and disagreement per age-group across 17 countries

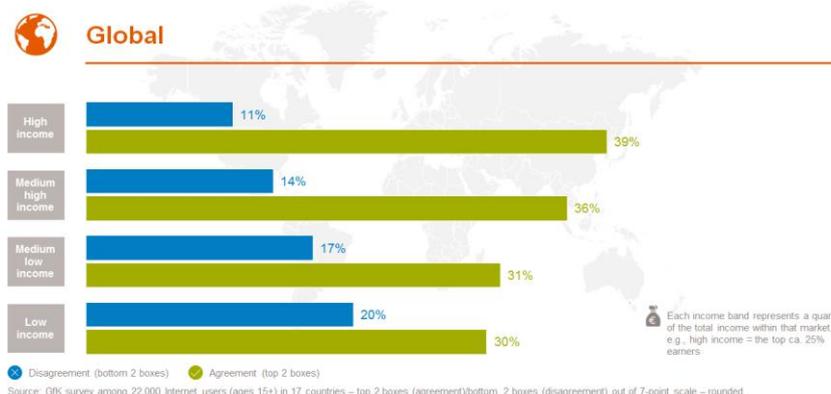


Чем выше доход в семье, тем больше доля зависимых от технологий

В семьях с высоким доходом (по всем 17 странам) 39 процентов опрошенных признались, что им сложно будет сделать перерыв в использовании технологичных устройств, даже если это необходимо. Не испытали бы затруднений при временном отказе от гаджетов 11 процентов.

Иная картина в семьях с низким доходом: здесь с трудом готовы отложить девайсы в сторону 30 процентов респондентов, а с легкостью сделают это 20 процентов опрошенных.

I find it difficult to take a break from technology, even when I know I should
Agreement and disagreement per income group across 17 countries



В Китае, Латинской Америке и США с трудом отложат гаджеты в сторону. В России это меньшая проблема

Что касается отдельных стран, то Китай лидирует по доле (43 процента) онлайн-респондентов, которые твердо согласны с

утверждением о сложности сделать перерыв в использовании гаджетов. Следом с незначительным отставанием идут страны Латинской Америки: Бразилия, Аргентина и Мексика (42, 40 и 38 процентов соответственно). Замыкают пятерку Соединенные Штаты – 31 процент.

Напротив, в Германии, самая большая доля (35 процентов) несогласных с тем, что им сложно было бы отложить на время свои гаджеты. На втором месте – Нидерланды (30 процентов), Бельгия (28 процентов), Канада и Россия (27 процентов в каждой из стран).

Подробный отчет об исследовании с данными по возрасту, полу и уровню дохода для каждой из 17 стран доступен по ссылке (на английском языке): www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/

-ends-

Об исследовании

В онлайн-опросе GfK приняли участие 22,000 респондентов в возрасте от 15 лет (в России – от 16 лет) из 17 стран, в том числе России. Участникам предлагалось указать, насколько они согласны или не согласны с утверждением: “Мне трудно делать перерыв в использовании технологических устройств (мобильного устройства, компьютера, ТВ и т.д.), даже если я знаю, что должен сделать это”.

* Данные в этом пресс-релизе репрезентируют верхние 2 пункта (согласен) и нижние 2 пункта (не согласен) по шкале из 7 пунктов, где “1” означает “абсолютно не согласен”, а “7” означает “полностью согласен”.

Полевой этап исследования прошел летом 2016 года. Данные репрезентативны аудитории интернет от 15+ лет (в России 16+) в исследованных странах. Среднее мировое значение в этом пресс-релизе взвешено в зависимости от размера каждой страны пропорционально другим странам. Страны исследования: Аргентина, Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Италия, Япония, Мексика, Нидерланды, Россия, Южная Корея, Испания, Великобритания, США.

О компании GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.



В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте www.GfK.ru или в Твиттере GfK: https://twitter.com/GfK_Rus