

Пресс-релиз

Исследование GfK: Тенденции развития Интернет-аудитории в России

26 января 2017

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

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

- По итогам 2016 года совокупная Интернет-аудитория в России не выросла
- Растет только аудитория пользователей мобильного Интернета: на 6 млн. по итогам 2016 года

Москва, 26 января 2017 – По данным Всероссийского омнибуса GfK, в 2016 году аудитория Интернет-пользователей в России в возрасте от 16 лет и старше осталась на уровне 2015 года - 70,4%, что составляет порядка 84 млн. человек.

До сих пор аудитория Интернет росла впечатляющими темпами. Динамичный рост аудитории Интернет в конце 2014 года и в 2015 году был вызван в том числе ажиотажным ростом продаж техники в период, когда потребители стремились реализовать дешевеющие рубли и купить цифровую технику по старым ценам. Таким образом, в 2016 году рынок просто отыграл ранее реализованный спрос на технику.

Практически единственной зоной роста на российском рынке цифровой техники в 2016 году были смартфоны, и за счет этого подросла аудитория мобильного Интернет. И, конечно, сказались активность операторов связи, которые сделали уверенный рывок в продвижении «мобильных» пакетов в 2015-2016 году.

Прирост российской аудитории пользователей Интернет на мобильных устройствах в 2016 году составил 6 млн. человек. Сегодня 56 млн. россиян в возрасте от 16 лет пользуются Интернетом на мобильных устройствах – смартфонах и планшетах (46,6% от всей аудитории). При этом рост аудитории наблюдался только на смартфонах – с 37,2% в 2015 году до 42,1% по итогам 2016 года. Пользование Интернетом на планшетах практически не изменилось.

Можно ожидать, что в 2017 году рост аудитории мобильного Интернет продолжится.

На фоне имеющегося потенциала смартфонов с точки зрения замены мобильных телефонов (в России все еще около 30% продаж в штуках приходится на «звонилки») мы ожидаем стабильный рост продаж смартфонов на 5% в 2017 году (в штуках).

В пользу того, что для многих россиян смартфон становится устройством регулярного доступа в Интернет, говорят и технические

характеристики покупаемых устройств. Почти половина всех проданных устройств в прошлом году имеют размер экрана 5 и более дюймов. Люди также выбирают технологичный процессор (почти 80% это 4-х ядерные устройства). Более половины смартфонов, проданных в 2016 году, это поддерживающие LTE девайсы.

ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ



Источник: Омнибус GfK, 2016, вся Россия 16+
© GfK 2017 | Проникновение Интернета в России. Итоги 2016 года | Январь 2017

Скачайте презентацию с результатами исследования GfK аудитории Интернет в России:

http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2017/Internet_Usage_Russia_2016.pdf

Всероссийский омнибус GfK

Всероссийский омнибус GfK – это регулярные опросы населения России в возрасте от 16 лет и старше по репрезентативной общенациональной выборке. Суммарный объем выборки Омнибуса GfK за 2016 год составил 12 622 респондента.

О 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