

## Пользователи Рунета боятся платить за лицензионный контент

Пресс-релиз

*Компания [Profi Online Research](http://profiresearch.ru) выяснила отношение пользователей Рунета к платному контенту: частоту обращения к данной услуге, степень готовности отдавать деньги ради получения качественной информации, а также мотивы, по которым многие отказываются за него платить. В ходе исследования мнения 1 200 Интернет-пользователей, проживающих в крупных городах России\*, выяснилось, что более половины из них хотя бы раз прибегали к скачиванию/просмотру музыкального/видео контента, платным сервисами социальных сетей, играм, слушали радио, читали книги и новости.*

Все более широкое распространение получает и Онлайн-телевидение. Порядка 42% опрошенных отметили, что, как минимум, единожды прибегали к просмотру телеканалов посредством Сети (см. рис. №1.). В последние несколько лет в нашей стране это стало возможным благодаря бурному развитию технологий, которые дают операторам возможность предоставлять клиентам доступ к высокоскоростному Интернету.

Проведенный анализ данных также показал, что в столице респондентов, использующих музыкальный и радио контент, больше, чем в регионах. Так в Москве в Онлайне музыку слушают и скачивают 84% участников исследования, в то время как на периферии только 76%; радио – 63% против 50% соответственно. Вероятнее всего, это связано со скоростью передачи данных, которая в столичном мегаполисе обычно выше, что позволяет воспроизводить или скачивать музыкальный контент значительно оперативнее и в более лучшем качестве. Также отметим, что представители молодежной аудитории Москвы в возрасте 21-25 лет значительно активнее своих сверстников из регионов прибегают к использованию музыкального и видеоконтента (сравн.: 86% против 69% и 78% против 76% соответственно). Более того, молодежь из столицы больше пользуется различными социальными сетями (сравн.: 83% против 62%).

Анализируя использование Интернет-контента в зависимости от половой принадлежности участников исследования, эксперты пришли к выводу, что мужская аудитория проявляет большую активность в отношении скачивания Интернет-контента, особенно прослушивания радио и просмотра/скачивания видео.

---

\* Время проведения исследования: июнь 2010 г. География: 13 российских городов-миллионников, Метод: Онлайн-опрос. Общая выборка: 1 200 респондентов в возрасте 21-40 лет.

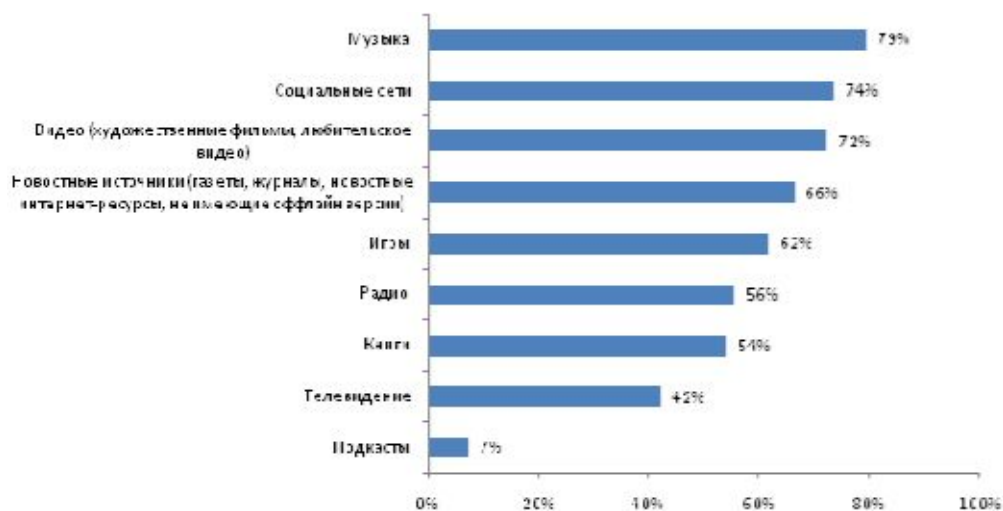


Рис.№1: Какой Интернет-контент Вы использовали хотя бы раз (общее распределение)?

Полученные данные продемонстрировали, что лишь каждый десятый участник исследования использует платный контент постоянно, причем их доля женщин оказалась более чем в два раза меньше, чем доля мужчин (6% против 14% соответственно). Еще половина участников исследования отметила, что к использованию платного Онлайн-контента прибегает редко (см. рис.№2).

Анализ продемонстрировал, что в возрастной группе 21-25 лет половина к платному Онлайн-контенту не обращается, в то время как среди представителей более старшей возрастной группы (26-30 лет) таких людей оказалось меньше – порядка 1/3. Это позволяет предположить, что с возрастом люди становятся более требовательными к качеству получаемой информации и готовы платить за нее.

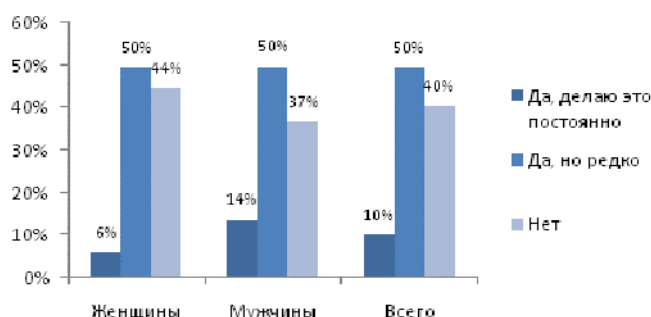


Рис. №2: Прибегали ли Вы хотя бы раз к использованию платного Интернет-контента (например, скачивание лицензионных фильмов, музыки, книг, использование фотобаз или файлообменников; распределение по половой принадлежности респондентов)?

Существует три основные причины неиспользования платного Интернет-контента, большинство объясняет свое поведение тем, что не хочет отдавать деньги за то, что можно получить, пусть и худшего качества, но бесплатно (72%); еще половина опасается быть обманутой «виртуальными» мошенниками, поэтому не отправляет СМС, требующиеся для проведения оплаты; третьей по популярности причиной отказа от платного контента оказалась боязнь потратить деньги и получить некачественную информацию (44%). Интересно отметить, что у женщин сомнений в отношении качества контента оказалось больше, чем у мужчин. В большинстве случаев они склонны искать бесплатные ресурсы (сравн.: 75% против 68%) и больше опасаются получить не то, на что рассчитывали после проведения оплаты (сравн.: 49% против 39%) – см. рис.№3.1.

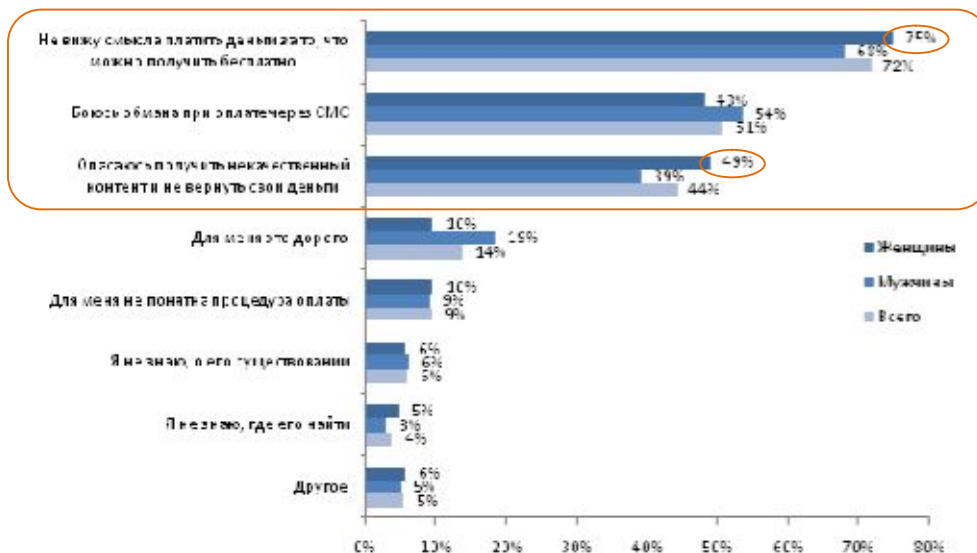


Рис. №3.1: Почему Вы не пользуетесь платным Интернет-контентом (распределение по половой принадлежности респондентов)?

Среди выделенных возрастных групп люди 21-25 лет более остальных боятся быть обманутыми мошенниками при проведении СМС-платежей (56%), а также получить в результате некачественный контент (51%) – см. рис.№3.2. Добавим, что, как выяснилось в ходе анализа данных, половина опрошенных из регионов не использует платный Интернет-контент потому, что опасается получить его в ненадлежащем качестве. В Москве доля таких респондентов значительно меньше – порядка 1/3.

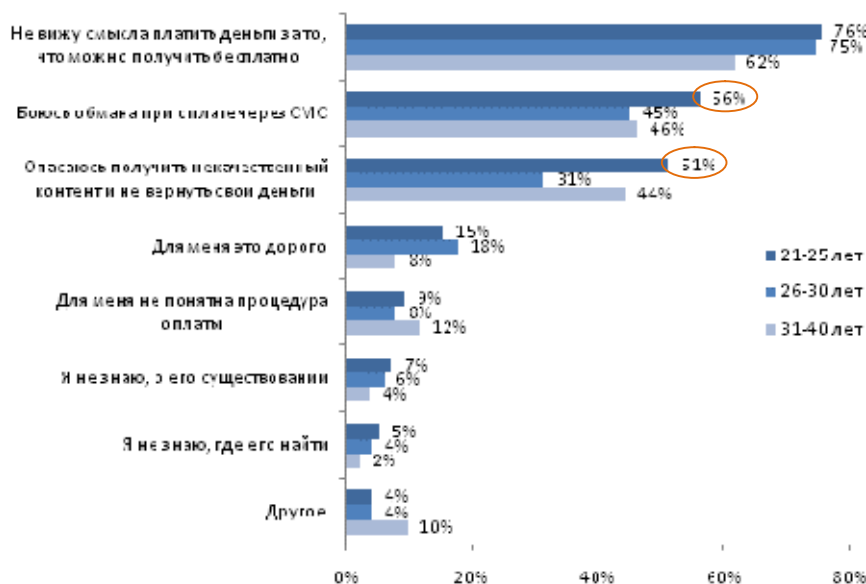


Рис. №3.2: Почему Вы не пользуетесь платным Интернет-контентом (распределение в зависимости от возраста респондентов)?

В ходе исследования эксперты компании [Profi Online Research](#) также выяснили у респондентов их мнение относительно соблюдения прав владельцев эксклюзивных прав на музыку, видео и другую информацию в Сети. Для этого участники исследования предлагали свою альтернативу известному в Рунете сервису обмена файлами «Торрент», где можно было бесплатно скачать необходимый контент. Оказалось, что только 18% участников исследования одобрили существующую модель взимания денег за лицензионный контент, основанную на оплате за скачивание информации или за обеспечение доступа к ней, но с оговоркой на то, что цена для пользователей Интернета должна быть приемлемой, а способы оплаты удобными. Подавляющее же большинство (79%) высказалось

в пользу бесплатного лицензионного контента, предложив его владельцам компенсировать стоимость контента за счет рекламы или Интернет-провайдеров (см. рис.№4).



Рис.№4: Известно, что некоторое время назад работа одного из самых известных сервисов обмена файлами «Торрент» была приостановлена по причине несоблюдения авторских прав. Какую альтернативу «торрентам» Вы бы предложили? Таким образом, рынок платного Интернет-контента может развиваться при условиях обеспечения безопасности процесса оплаты, а также прозрачности системы предоставления гарантий качества скачиваемой информации (например, наличие возможности вернуть деньги или убедиться в надлежащем качестве информации до осуществления сделки). Однако на данном этапе правообладатели и пользователи Интернета имеют различные точки зрения по вопросу того, как должна быть организована продажа информации в Сети.

#### Информация о компании:

Компания [Profi Online Research](http://Profi Online Research) работает с 2006 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет-технологиях. На данный момент Online-панель компании насчитывает порядка 130 000 респондентов.

По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к Валерии Ериной – тел. (495) 930 06 93, [valeria.erina@profiresearch.ru](mailto:valeria.erina@profiresearch.ru)