

***Россия***  
***Ноябрь 2002***

***Отчет по  
исследованию***

Все права защищены ©2002 МАСМИ Рисерч Групп

Авторские права на все материалы, представленные в этом отчете, принадлежат компании МАСМИ Рисерч Групп. Любое воспроизведение или распространение текстовой информации или графических изображений может производиться только с письменного разрешения и с упоминанием компании МАСМИ Рисерч Групп.

Логотипы MASMI Research Group, MASMI Moscow и The Online Monitor являются зарегистрированными торговыми марками и принадлежат компании МАСМИ Рисерч Групп.

[www.masmi.com](http://www.masmi.com)

МАСМИ (Москва)

2-й Троицкий переулок, дом 3  
Москва, 129090  
Россия  
Tel +7 095 781-0191  
Fax + 7 095 781-0199



## **О Компании МАСМИ**

МАСМИ (Москва) было создано в 1991 году как одно из первых независимых российских агентств, специализирующихся в области социологических и маркетинговых исследований.

МАСМИ представляет в России интересы исследовательской корпорации MASMI Research Group, специализирующейся на изучении потребительского рынка и проведении социально-политических опросов в странах Восточной Европы и СНГ. Европейская штаб-квартира группы расположена в Лондоне. В настоящее время помимо России MASMI Research имеет собственные офисы в Белоруссии, Венгрии, США, Узбекистане, Украине, Хорватии, Югославии, а также партнерские исследовательские компании во многих странах региона.

## **Услуги, предоставляемые МАСМИ**

Компания МАСМИ (Москва) предоставляет полный набор услуг, связанных с подготовкой, проведением и обработкой результатов маркетинговых и социальных исследований:

- осуществление количественных проектов
- проведение качественных исследований
- проведение исследований с использованием Интернета
- разработка программных продуктов для исследовательских целей
- обработка данных (МАСМИ (Москва) является основным региональным центром обработки данных по проектам для British American Tobacco и по всем клиентам в группе MASMI Research)

## **Основные клиенты**

- British American Tobacco
- Nestle Group
- L'Oreal
- Bacardi-Martini
- Campina
- Pernod-Ricard
- McDonald's
- Merloni Elettrodomestici
- Детский фонд ООН (UNICEF)

## **О проекте**

Онлайн Монитор - это широкомасштабное исследование русскоговорящих пользователей Интернета, которое не имеет аналогов в России. В качестве участников исследования выступают самые популярные русскоязычные интернет-ресурсы.

Онлайн Монитор - это первое исследование, которое позволяет компаниям получить долгожданную информацию о том, как люди используют Интернет.

Исследование проводилось по уникальной методологии, разработанной компанией МАСМИ, которая используется для проведения исследований в России и странах Восточной Европы. В отличие от исследований, которые проводятся методом личного интервью, в Онлайн Мониторе пользователи Интернета отвечают на вопросы анкеты в удобной для них обстановке. Это значительно повышает достоверность собранной информации.

"Онлайн Монитор" - это проект, сочетающий два различных методологических подхода. Первый этап - это исследование, проводимое методом личных интервью (3710 личных интервью в России). На этом этапе измеряются, такие характеристики как проникновение Интернета, совершение покупок онлайн. На втором этапе исследование включает проведение онлайн-интервью. Здесь более подробно изучаются основные привычки пользователей Интернета, поведение, отношение к онлайн рекламе, различия между пользователями в разных странах мира.

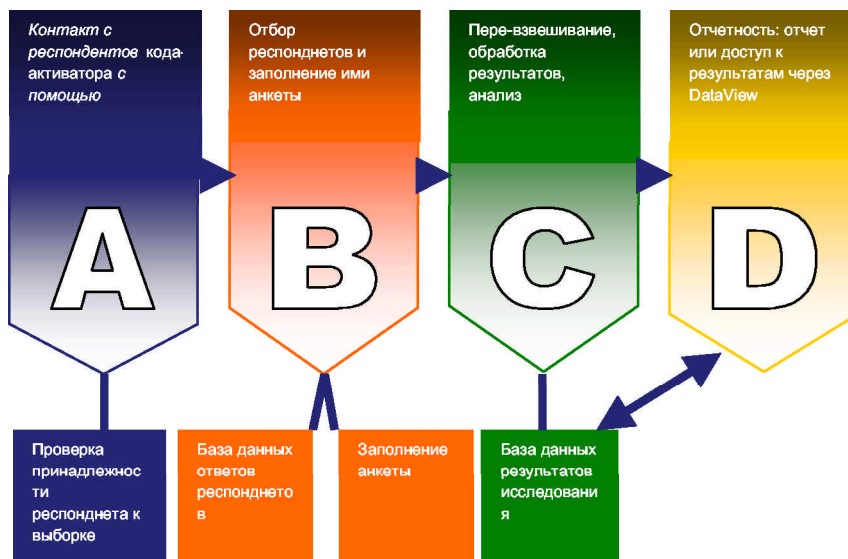
Исследование "Онлайн Монитор" проводится два раза в год. Результаты исследования "Онлайн Монитор" позволяют оперативно адаптировать маркетинговую стратегию компании к динамично меняющейся ситуации на рынке.

## Методология исследования

### Случайная выборка

Онлайн Монитор – это исследование, которое проводится каждые шесть месяцев среди посетителей наиболее популярных сайтов во всем мире. Некоторая часть посетителей сайтов получает возможность принять участие в опросе в момент проведения исследования. Методология исследования построена таким образом, что каждый пользователь Интернета в стране имеет равную, не нулевую возможность принять участие в опросе.

Так как одной из целей исследования является получение объективной информации о пользователях всемирной паутины, то мы используем специальные процедуры перевзвешивания, которые позволяют получать надежные и валидные результаты при проведении онлайн исследования.



Код активатор размещается на сайтах участниках на период проведения исследования - от 6 до 8 недель. Каждый посетитель сайта фиксируется с помощью кода активатора и каждому N-му посетителю предлагается принять участие в исследовании. Число N, определяются на основании данных о посещаемости сайтов и варьируется от сайта к сайту. Такой подход необходим сбора минимального количества анкет, по которому можно проводить анализ данных по сайтам и для сравнения результатов. Те посетители сайта, которые соответствуют критериям выборки, но которые уже приняли участие в исследовании больше не приглашаются к участию в течение данного исследовательского периода. Таким образом, привлекая к участию наиболее посещаемые и популярные сайты, мы обеспечиваем случайность выборки – то есть равную ненулевую возможность для каждого пользователя Интернета в стране принять участие в исследовании.

### Посетители

Результаты исследования содержат данные о «посетителях» сайтов. Посетители - это те пользователи Интернета, которые посетили сайт хотя бы один раз за последние 2 недели.

### **Размер выборки**

Размер выборки онлайн определяется таким образом, чтобы выборка была репрезентативная для пользователей Интернета в каждой из стран и обычно не превышает 10000 опрошенных в каждой стране. Выборка для исследования, проводимого традиционными способами, репрезентативная для городского населения страны в возрасте от 16 лет до 64 лет. В России размер выборки для оффлайн-исследования составляет 3710 опрошенных методом личного интервью.

### **Технология исследования**

Для того чтобы собрать надежные и валидные результаты среди онлайн-выборки, мы используем передовые технологии для проведения исследования. Было доказано, что достижение наиболее высокого уровня отклика среди посетителей сайтов повышает качество исследования. Чем выше уровень отклика на приглашение – тем более широкие слои Интернет-пользователей мы охватываем и тем более качественные результаты мы получаем.

Для достижения наилучших результатов, мы разработали методологию, которая позволяет контактировать с респондентам случайным образом и только с теми, кто соответствует критериям выборки. Наше программное обеспечение позволяет каждому уникальному пользователю заполнить только одну анкету. Механизмы контроля работают на основе файлов "куки".

### **Методы рекрутирования респондентов**

Для рекрутирования респондентов мы используем три типа приглашения: всплывающее окно (попап), баннер и текстовую ссылку. Каждый из типов приглашения имеет свой уровень эффективности. Использование таких разных способов приглашения позволяют говорить о максимально большом охвате различных групп пользователей. Всплывающее окошко дает более высокий уровень отклика на приглашение, чем любой другой из способов.

Описание исследования

Название сайта	rie
Общий размер выборки	11100
Размер выборки на сайте	1303
Метод рекрутирования	banner
Сбор данных:	1 Ноября 2002 года - 1 декабря 2002 года

<b>В каком году Вы начали пользоваться Интернетом?</b>	
До 1994	2,3%
1994	1,3%
1995	2,5%
1996	4,4%
1997	6,9%
1998	10,6%
1999	9,2%
2000	16,3%
2001	13,8%
2002	32,7%
<b>Где Вы пользуетесь интернетом?</b>	
Дома	81,4%
На работе	41,8%
В учебном заведении	16,7%
У друзей	13,3%
У родственников	4,2%
В Интернет-кафе	16,9%
Другое	4,0%
<b>Где Вы вышли в Интернет в данный момент?</b>	
Дома	68,4%
На работе	23,8%
В учебном заведении	3,1%
У друзей	1,0%
У родственников	0,4%
В Интернет-кафе	2,7%
Другое	0,7%
<b>Собираетесь ли Вы получить дома доступ в Интернет в течение следующих 12 месяцев?</b>	
Да	58,0%
Нет	42,0%
<b>Ваш пол?</b>	
Мужской	70,1%
Женский	29,9%
<b>Сколько Вам лет?</b>	
До 15 лет	4,8%
15-17 лет	15,0%
18-24 лет	36,6%
25-34 лет	22,6%
35-44 лет	11,6%
45-54 лет	6,8%
55-64 лет	2,0%
65 и старше	0,5%
<b>В какой стране Вы живете?</b>	
Россия	88,0%
Армения	0,2%
Австралия	0,2%
Азербайджан	0,4%
Беларусь	1,5%
Бельгия	0,1%
Босния	0,1%
Великобритания	0,1%
Германия	0,6%
Греция	0,1%
Израиль	0,9%
Ирландия	0,1%



Испания	0,0%
Италия	0,1%
Казахстан	0,3%
Канада	0,1%
Киргизстан	0,2%
Латвия	0,5%
Литва	0,2%
Молдова	0,2%
Польша	0,1%
Португалия	0,1%
Словения	0,1%
США	0,6%
Туркменистан	0,2%
Турция	0,1%
Узбекистан	0,2%
Украина	2,7%
Финляндия	0,1%
Франция	0,2%
Эстония	1,4%
Другая страна в Восточной Европе	0,3%
Другая страна	0,5%
<b>В каком регионе вы проживаете?</b>	
Москва	29,2%
Московская область	4,0%
Санкт- Петербург	12,9%
Алтайский край	0,4%
Амурская область	0,3%
Архангельская область	0,3%
Астраханская область	0,2%
Белгородская область	0,3%
Брянская область	0,6%
Владимирская область	0,2%
Волгоградская область	0,8%
Вологодская область	0,6%
Воронежская область	0,9%
Ивановская область	0,1%
Иркутская область	2,4%
Кабардино Балкарская Республика	0,3%
Калининградская область	0,4%
Калужская область	0,3%
Камчатская область	0,7%
Карачаево Черкесская Республика	0,0%
Кемеровская область	1,1%
Кировская область	0,3%
Корякский автономный округ	0,0%
Костромская область	0,2%
Краснодарский край	3,8%
Красноярский край	0,7%
Курганская область	0,3%
Курская область	0,3%
Ленинградская область	0,3%
Липецкая область	0,7%
Магаданская область	0,2%
Мурманская область	0,8%
Нижегородская область	1,2%
Новгородская область	0,3%
Новосибирская область	2,9%

Омская область	1,0%
Оренбургская область	0,2%
Орловская область	0,6%
Пензенская область	0,3%
Пермская область	0,3%
Приморский край	2,5%
Псковская область	0,3%
Республика Адыгея	0,1%
Республика Алтай	0,1%
Республика Башкортостан	1,0%
Республика Бурятия	0,2%
Республика Дагестан	0,1%
Республика Ингушетия	0,1%
Республика Калмыкия	0,0%
Республика Карелия	0,3%
Республика Коми	0,7%
Республика Мари Эл	0,4%
Республика Мордовия	0,2%
Республика Саха (Якутия)	0,6%
Республика Северная Осетия -Алания	0,1%
Республика Татарстан	1,7%
Ростовская область	1,7%
Рязанская область	0,6%
Самарская область	3,4%
Саратовская область	0,8%
Сахалинская область	1,2%
Свердловская область	2,3%
Смоленская область	0,2%
Ставропольский край	1,4%
Тамбовская область	0,3%
Тверская область	0,6%
Томская область	0,9%
Тульская область	0,3%
Тюменская область	1,4%
Удмуртская Республика	0,6%
Ульяновская область	0,3%
Хабаровский край	1,3%
Ханты-Мансийский автономный округ	0,6%
Челябинская область	1,5%
Читинская область	0,4%
Чувашская Республика	0,3%
Эвенкийский автономный округ	0,1%
Ямало-Ненецкий автономный округ.	0,3%
Ярославская область	0,5%
<b>Сколько жителей в населенном пункте, в котором вы проживаете?</b>	
Менее 5,000	2,2%
5,000 - 9,999	4,4%
10,000 - 19,999	3,0%
20,000 - 49.999	7,5%
50,000 - 149,999	11,7%

150,000 - 499,999	17,0%
500,000-999,999	18,4%
Более 1 миллиона	35,7%
<b>Какой тип соединения Вы используете для выхода в интернет из дома?</b>	
Dial up (телефонная линия)	82,0%
Выделенная линия	12,4%
Мобильная связь	1,1%
Спутниковая связь	1,1%
Другое	3,4%
<b>Какой тип соединения Вы используете для выхода в интернет с работы?</b>	
Dial up (телефонная линия)	30,1%
Выделенная линия	62,9%
Мобильная связь	0,6%
Спутниковая связь	1,5%
Другое	5,0%
<b>Сколько будних дней в течение последних двух недель Вы пользовались Интернетом?</b>	
Ни одного	3,5%
1	2,9%
2	6,8%
3	6,6%
4	6,7%
5	11,6%
6	4,8%
7	6,3%
8	5,0%
9	3,1%
10	42,7%
<b>Сколько выходных дней Вы пользовались Интернетом в течение последних двух недель?</b>	
Ни одного	12,0%
1	12,9%
2	26,0%
3	10,1%
4	38,9%
<b>Сколько в среднем минут в день Вы провели в интернете в будние дни в течение последних двух недель?</b>	
менее 1 часа	36,6%
1-2 часа	24,5%
2-3 часа	9,2%
3-4 часа	6,6%
4-5 часов	7,2%
5-6 часов	2,7%
6-7 часов	1,8%
7-8 часов	2,1%
более 8 часов	9,2%
<b>Сколько в среднем минут в день Вы провели в интернете в выходные дни в течение последних двух недель?</b>	
менее 1 часа	35,3%
1-2 часа	22,7%
2-3 часа	10,6%
3-4 часа	9,4%
4-5 часов	7,3%

5-6 часов	3,0%
6-7 часов	2,6%
7-8 часов	0,8%
более 8 часов	8,4%
<b>Что Вы делали онлайн в последние две недели при выходе в Интернет из дома?</b>	
Чат	31,2%
Участие в конференциях	15,4%
Использование электронной почты	78,3%
Прослушивание/просмотр аудио/видео файлов	28,4%
Отправка электронных поздравительных открыток	21,1%
Скачивание/загрузка файлов	71,4%
Игры онлайн	15,0%
Случайный выбор сайтов для посещения (свободный серфинг)	42,3%
Поиск определенной информации	73,4%
Чтение новостей	55,7%
Участие в аукционе	4,2%
Покупка товаров или услуг	10,8%
Развлечение	37,3%
Банковские и финансовые операции онлайн	6,5%
Азартные игры онлайн	3,6%
Поиск работы онлайн	15,7%
Интернет телефония	3,6%
Видео конференции	2,4%
Использование службы обмена мгновенными сообщениями	22,1%
Работа из дома	21,4%
Другое	24,3%
<b>Какие сайты Вы посещали в последние две недели при выходе в интернет из дома?</b>	
Автомобильные сайты	25,8%
Сайты о компьютерах, интернете, информации	55,5%
Сайты новостей	54,7%
Сайты газет и журналов	34,1%
Развлекательные сайты/ шоу-бизнеса	27,9%
Спортивные сайты	17,3%
Музыкальные сайты	47,3%
Сайты телевизионных каналов и радио станций	22,8%
Сайты о поиске работы	19,4%
Путешествия	9,2%
Сайты на семейные темы/ о детях	7,8%
Правительственные сайты	7,6%
Сайты -аукционы	5,6%
Поисковые системы	63,1%
Образовательные сайты	28,8%
Финансовые сайты	10,3%
Страховые сайты	2,0%
Сайты «для взрослых»	28,7%
Онлайн магазины	17,4%
Научные сайты	18,7%
Сайты для женщин	10,2%
Игровые сайты	26,6%
Другие	32,5%
Не посещал(а) сайты	1,3%
<b>Что Вы делали онлайн в последние две недели при выходе в Интернет с работы?</b>	
Чат	16,9%

Участие в конференциях	22,8%
Использование электронной почты	87,0%
Прослушивание/просмотр аудио/видео файлов	21,1%
Отправка электронных поздравительных открыток	16,9%
Скачивание/загрузка файлов	62,9%
Игры онлайн	10,5%
Случайный выбор сайтов для посещения (свободный серфинг)	26,8%
Поиск определенной информации	77,6%
Чтение новостей	65,7%
Участие в аукционе	3,5%
Покупка товаров или услуг	13,4%
Развлечение	15,4%
Банковские и финансовые операции онлайн	11,0%
Азартные игры онлайн	2,2%
Поиск работы онлайн	14,7%
Интернет телефония	5,7%
Использование службы обмена мгновенными сообщениями	25,7%
Видео конференции	3,7%
Другое	27,7%

**Какие сайты Вы посещали в последние две недели при выходе в интернет с работы?**

Автомобильные сайты	20,0%
Сайты о компьютерах, интернете, информации	55,6%
Сайты новостей	68,8%
Сайты газет и журналов	41,7%
Развлекательные сайты/ шоу-бизнеса	15,8%
Спортивные сайты	12,5%
Музыкальные сайты	22,0%
Сайты телевизионных каналов и радио станций	18,3%
Сайты о поиске работы	14,5%
Путешествия	8,3%
Сайты на семейные темы/ о детях	6,8%
Правительственные сайты	17,6%
Сайты -аукционы	6,4%
Поисковые системы	71,4%
Образовательные сайты	29,4%
Финансовые сайты	20,4%
Страховые сайты	4,2%
Сайты «для взрослых»	15,2%
Онлайн магазины	13,6%
Научные сайты	24,8%
Сайты для женщин	6,8%
Игровые сайты	11,9%
Другие	35,2%
Не посещал(а) сайты	1,8%

**Какую страницу Вы видите первой, когда выходите в Интернет из дома?**

Поисковая система	31,3%
Страница моего интернет провайдера	10,4%
Страница компании в которой я работаю	1,6%
Страница другой компании	0,9%
Моя собственная страница	5,1%
Сайт газеты и журнала	1,2%
Сайт новостей	4,0%
Спортивный сайт	0,8%
Домашняя страница моего браузера	4,7%

Пустая страница	26,8%
Другая страница	13,2%
<b>Какую страницу Вы видите первой, когда выходите в Интернет с работы?</b>	
Поисковая система	31,2%
Страница моего интернет провайдера	5,9%
Страница компании в которой я работаю	11,6%
Страница другой компании	1,3%
Моя собственная страница	3,1%
Сайт газеты и журнала	1,3%
Сайт новостей	6,1%
Спортивный сайт	0,6%
Домашняя страница моего браузера	2,9%
Пустая страница	30,6%
Другая страница	5,5%
<b>Сколько раз Вы посетили этот сайт в течение последних двух недель, включая это посещение?</b>	
Посещаю впервые	66,8%
2	7,6%
3	4,3%
4	2,7%
5	2,8%
6	2,0%
7	0,9%
8	0,2%
9	0,3%
10	3,1%
11	0,2%
12	0,3%
13	0,2%
14	0,5%
Более 14 раз	8,0%
<b>Подумайте о том как Вы используете Интернет. Что Вам приходилось делать?</b>	
Изменять домашнюю/ стартовую страницу в браузере	42,1%
Настраивать/ изменять параметры какого-либо веб сайта для себя	28,2%
Регистрироваться /оставлять личную информацию на сайтах	58,3%
Создавать свой собственный сайт	30,9%
Изменять настройки cookies	18,6%
Публиковать свое мнение в конференции /форуме	41,1%
Использовать службы сообщений (такие как AOL Instant Massager, ICQ, или MSN Massager)	40,7%
Публиковать свое мнение/посылать письма на сайт сообщества или интерактивный сайт	31,8%
Обмениваться файлами с развлекательным содержанием файлами	27,1%
Обмениваться файлами делового характера	38,8%
Смотреть потоковое(streaming) видео	18,4%
Скачивать мелодии и заставки (логотипы) для мобильного телефона	30,4%
Ничего из вышеперечисленного	15,4%

<b>Что Вы предпринимали под влиянием онлайн рекламы в последние две недели?</b>	
Посещал(а) веб сайт, кликнув на рекламу	45,2%
Посещал веб сайт после того как увидел(а) рекламу набрав адрес в адресной строке	10,5%
Запрашивал(а) более подробную информацию	14,9%
Запрашивал(а) о ценах	13,7%
Сделал(а) покупку в обычном магазине	3,2%
Сделал(а) покупку онлайн	5,2%
Участвовал(а) в розыгрыше	9,4%
Посылал(а) письмо по электронной почте	18,6%
Посещал(а) магазин не делая покупки	11,5%
Организовал(а) встречу	3,0%
Другое	10,8%
Ничего	37,2%
<b>Вспомните когда вы кликнули на рекламу на веб сайте последний раз . Почему Вы кликнули на нее?</b>	
В рекламе предлагался розыгрыш призов	10,0%
В рекламе упоминалась возможность сэкономить деньги	3,4%
В рекламе была забавная анимация	18,4%
В рекламе задавался интересный вопрос	19,3%
Меня заинтересовал продукт/услуга, которые рекламировались	29,2%
Меня заинтересовала компания, которая рекламировалась	10,6%
Меня заинтересовал веб сайт, который рекламировался	18,0%
Реклама была интерактивная	4,8%
Реклама была интригующая и мне было интересно посмотреть, куда она приведет	17,5%
Реклама напомнила мне другую, которую я видел(а) по телевидению или на улице	1,8%
Не кликал (а) на рекламу	32,7%
<b>Вы думаете, что реклама в Интернете...</b>	
Раздражающая	22,9%
Полезная	25,8%
Информативная	25,2%
Отвлекающая	27,7%
Познавательная	12,2%
Развлекательная	14,7%
Потеря времени	16,0%
Навязчивая	31,6%
Ничего из вышеперечисленного	10,9%
<b>Посещали ли Вы в последние две недели сайты, чей адрес узнали из следующих источников информации?</b>	
По радио	11,6%
Из газеты	19,0%
Из журнала	30,0%
По телевидению	30,0%
Из рекламы в магазине	6,2%
Из рекламы на транспорте	8,4%
Из рекламы на улице	8,2%
Из рекламы на сайте	33,1%
По результатам поиска в Интернете	58,4%
Не посещал(а) сайты, чей адрес узнал(а) из этих источников информации	17,7%

**Выберите наиболее приоритетные источники информации для новостей в стране/мире ...?**

Из газеты	4,6%
Из журнала	2,2%
По телевидению	49,2%
По радио	3,7%
В интернете	40,3%

**Выберите наиболее приоритетные источники информации для Профессиональная деятельность и образование**

Из газеты	6,0%
Из журналов	8,9%
По телевидению	5,0%
По радио	0,6%
В интернете	45,9%
Из книги	19,3%
От других людей (коллеги, партнеры и др.)	14,4%

**Выберите наиболее приоритетные источники информации для Продукты и услуги**

Из газеты	9,5%
Из журнала	6,7%
По телевидению	14,6%
Из рекламы в магазине	6,4%
Из рекламы на транспорте	0,7%
Из рекламы на улице	1,5%
Из рекламы в интернете	12,9%
По результатам поиска в интернете	23,7%
От других людей (родственники, друзья, коллеги и др.	24,1%

**Рекламу каких продуктов или услуг Вы видели в последние две недели?**

Алкогольные напитки	8,3%
Банковские услуги	26,1%
Автомобили	46,8%
Мобильные телефоны	73,7%
Сигареты	5,4%
Компьютеры	72,6%
Операторы мобильной связи	49,0%
Медицинские услуги	12,4%
Бытовая техника	43,1%
Страховые услуги	12,1%
Безалкогольные напитки	6,4%
Программное обеспечение	45,3%
Другое	9,1%

**На рекламу каких продуктов или услуг Вы кликали в течение последних двух недель?**

Алкогольные напитки	11,1%
Банковские услуги	15,0%
Автомобили	27,0%
Мобильные телефоны	35,0%
Сигареты	14,1%
Компьютеры	40,1%
Операторы мобильной связи	21,8%
Медицинские услуги	19,8%
Бытовая техника	21,0%



Страховые услуги	11,4%
Безалкогольные напитки	15,7%
Программное обеспечение	39,8%
Другое	37,9%

**Приходилось ли Вам совершать покупки, заказы ли бронирование онлайн?**

Да	35,4%
Нет	64,6%

**Как часто вы совершаете покупки, заказы или**

Каждый день	1,3%
Несколько раз в неделю	1,7%
Раз в неделю	1,3%
2-3 раза в месяц	9,1%
Раз в месяц	12,4%
Раз в 2-3 месяца	23,4%
Раз в 6 месяцев	19,1%
Раз в год	15,2%
Реже чем раз в год	13,0%
Никогда	3,5%

**Как часто вы совершаете покупки, заказы или бронирование через интернет в деловых целях?**

Каждый день	2,6%
Несколько раз в неделю	3,5%
Раз в неделю	2,4%
2-3 раза в месяц	7,4%
Раз в месяц	8,0%
Раз в 2-3 месяца	11,9%
Раз в 6 месяцев	10,8%
Раз в год	6,9%
Реже чем раз в год	8,5%
Никогда	38,0%

**Собираетесь ли Вы купить, заказывать или забронировать что-либо через Интернет в ближайшие 12 месяцев?**

Да	31,0%
Нет	17,7%
Не знаю	51,3%

**Что из нижеперечисленного вы покупали когда либо?**

Алкогольные напитки	4,8%
Азартные игры онлайн	4,6%
Безалкогольные напитки	4,8%
Билеты на концерты, театр, выставки, в кино, цирк	20,8%
Билеты на транспорт(самолет, поезд и др.)	16,1%
Игровые приставки	3,0%
Игрушки	10,6%
Канцелярские принадлежности (бумага, скрепки, ручки и т.д.)	7,6%
Книги	46,9%
Компьютеры	14,1%
Комплекующие для компьютера и аксессуары	33,4%
Компьютерные игры	16,7%
Мобильные телефоны	20,8%
Музыка на CD	26,0%

Одежда и обувь	5,4%
Пиво	3,7%
Подписка на печатные или электронные издания	11,9%
Программное обеспечение	24,9%
Продукты питания	6,7%
Путешествия и отдых	4,8%
Сувениры	7,6%
Телекоммуникационные услуги и оборудование (в том числе телефоны, модемы и т.д.)	15,0%
Товары длительного пользования (машина, мебель, крупная бытовая техника)	9,5%
Финансовые услуги	6,7%
Фильмы на DVD	9,5%
Фильмы на видеокассетах	10,8%
Цветы	6,9%
Эротическая продукция	6,7%
Другое	21,7%
<b>Что из нижеперечисленного вы покупали в течение последнего месяца в личных целях?</b>	
Алкогольные напитки	15,0%
Азартные игры онлайн	25,0%
Безалкогольные напитки	15,0%
Билеты на концерты, театр, выставки, в кино, цирк	25,0%
Билеты на транспорт (самолет, поезд и др.)	15,0%
Игровые приставки	10,0%
Игрушки	15,0%
Канцелярские принадлежности (бумага, скрепки, ручки и т.д.)	15,0%
Книги	40,0%
Компьютеры	20,0%
Комплекующие для компьютера и аксессуары	30,0%
Компьютерные игры	30,0%
Мобильные телефоны	15,0%
Музыка на CD	35,0%
Одежда и обувь	25,0%
Пиво	25,0%
Подписка на печатные или электронные издания	25,0%
Программное обеспечение	35,0%
Продукты питания	15,0%
Путешествия и отдых	20,0%
Сувениры	20,0%
Телекоммуникационные услуги и оборудование	20,0%
Товары длительного пользования (машина, мебель, крупная бытовая техника)	15,0%
Финансовые услуги	25,0%
Фильмы на DVD	20,0%
Фильмы на видеокассетах	10,0%
Цветы	10,0%
Эротическая продукция	15,0%
Другое	40,0%
<b>Что из нижеперечисленного вы покупали в течение последнего месяца в деловых целях?</b>	
Алкогольные напитки	5,1%
Азартные игры онлайн	10,3%

Безалкогольные напитки	5,1%
Билеты на концерты, театр, выставки, в кино, цирк	15,4%
Билеты на транспорт(самолет, поезд и др.)	20,5%
Игровые приставки	7,7%
Игрушки	5,1%
Канцелярские принадлежности (бумага, скрепки, ручки и т.д.)	12,8%
Книги	17,9%
Компьютеры	17,9%
Комплекующие для компьютера и аксессуары	35,9%
Компьютерные игры	12,8%
Мобильные телефоны	15,4%
Музыка на CD	7,7%
Одежда и обувь	5,1%
Пиво	5,1%
Подписка на печатные или электронные издания	12,8%
Программное обеспечение	28,2%
Продукты питания	7,7%
Путешествия и отдых	7,7%
Сувениры	5,1%
Телекоммуникационные услуги и оборудование (в том числе телефоны, модемы и т.д.)	20,5%
Товары длительного пользования (машина, мебель, крупная бытовая техника)	5,1%
Финансовые услуги	12,8%
Фильмы на DVD	5,1%
Фильмы на видеокассетах	5,1%
Цветы	5,1%
Эротическая продукция	7,7%
Другое	25,6%
<b>Сколько Вы потратили в течение последнего месяца на покупки онлайн в личных целях</b>	
До 250 рублей	5,0%
от 250 до 600 рублей	5,0%
от 600 до 800 рублей	10,0%
от 800 до 2500 рублей	20,0%
от 2500 до 3500 рублей	0,0%
от 3500 до 6000 рублей	10,0%
от 6000 до 9000 рублей	5,0%
от 9000 до 12000 рублей	10,0%
от 12000 до 24000 рублей	0,0%
более 24000 рублей	25,0%
Не знаю	10,0%
<b>Сколько Вы потратили в течение последнего месяца на покупки онлайн в деловых целях</b>	
До 250 рублей	5,1%
от 250 до 600 рублей	0,0%
от 600 до 800 рублей	7,7%
от 800 до 2500 рублей	2,6%
от 2500 до 3500 рублей	2,6%
от 3500 до 6000 рублей	2,6%
от 6000 до 9000 рублей	2,6%
от 9000 до 12000 рублей	7,7%
от 12000 до 24000 рублей	7,7%
более 24000 рублей	43,6%

Не знаю	17,9%
<b>Как вы обычно оплачиваете Ваши покупки онлайн в личных целях?</b>	
Кредитной карточкой	30,0%
Используя цифровой способ оплаты (такой как I-Pay или Digicash)	10,0%
По телефону	0,0%
Заплатил (а) с помощью банковской операции онлайн	0,0%
Чекон/ кредитной карточкой в момент доставки	5,0%
Дебетовой карточкой в момент доставки	0,0%
С помощью банковского перевода	15,0%
Наличными при доставке	25,0%
С помощью набранных ранее очков (поинтов)	0,0%
с помощью пред-оплаченной карты	0,0%
Другим способом	15,0%
<b>Как вы обычно оплачиваете Ваши покупки онлайн в деловых целях?</b>	
Кредитной карточкой	15,9%
Используя цифровой способ оплаты (такой как I-	11,4%
По телефону	0,0%
Заплатил (а) с помощью банковской операции онлайн	4,5%
Чекон/ кредитной карточкой в момент доставки	4,5%
Дебетовой карточкой в момент доставки	0,0%
С помощью банковского перевода	27,3%
Наличными при доставке	22,7%
С помощью набранных ранее очков (поинтов)	0,0%
с помощью пред-оплаченной карты	2,3%
Другим способом	11,4%
<b>Откуда Вы узнали о том сайте, на котором совершили вашу последнюю покупку онлайн?</b>	
Из газеты	0,9%
Из журнала	3,3%
По телевидению	1,3%
Из рекламы в магазине	0,7%
Из рекламы на транспорте	0,4%
Из рекламы на улице	0,2%
Из рекламы на сайте	23,9%
От друзей и знакомых	16,1%
При поиске в сети	53,4%
<b>Ваше образование?</b>	
Начальное образование	3,2%
Незаконченное среднее образование	8,7%
Среднее образование	10,3%
Среднее специальное образование	13,0%
Незаконченное высшее образование	26,5%
Высшее образование	35,8%
Ученая степень	2,5%
<b>Из скольких человек состоит Ваша семья, включая Вас?</b>	
1	6,8%
2	15,3%
3	34,5%
4	29,9%

5	9,1%
6 и больше	4,4%
<b>Из кого состоит Ваша семья?</b>	
Живу один/одна без детей	5,7%
Живу один/ одна с детьми	2,3%
Живем в гражданском браке/женат/замужем без	6,6%
Живем в гражданском браке/женат/замужем с детьми	17,4%
Живем вместе с другими членами семьи	51,3%
Живу в общежитии/с друзьями	3,1%
Другое	13,7%
<b>Каков совокупный средний месячный доход Вашей семьи?</b>	
Менее 6000 рублей	15,8%
От 6000 до 8000 рублей	13,2%
От 8000 до 10000 рублей	8,3%
От 10000 до 12000 рублей	8,1%
От 12000 до 15000 рублей	6,8%
От 15000 до 18000 рублей	6,7%
От 18000 до 24000 рублей	8,3%
От 24000 до 50000 рублей	6,5%
Более 50000 рублей	5,0%
Не знаю	14,7%
Не хочу отвечать	6,7%
<b>Какова скорость передачи данных, которой Вы пользуетесь сейчас?</b>	
14K4	3,1%
28K8	9,5%
33K6	18,7%
56K	20,3%
128K	4,8%
256K	2,5%
512K	2,1%
Быстрее	9,4%
Другое	4,1%
Не знаю	25,6%
<b>Что лучше всего соответствует описанию области Вашей деятельности?</b>	
Я учусь	32,7%
Я ищу работу	4,5%
Я на пенсии	1,1%
Я не работаю	1,5%
Бизнес для Бизнеса	6,0%
Благотворительность/общественная организация	0,6%
Образование	5,4%
Финансы/банковское дело	2,8%
Товары народного потребления (питание, одежда ...)	2,5%
Автомобильная промышленность	2,1%
Правительство/государственные службы	3,0%
Здравоохранение/фармакология	1,4%
Новые Медиа/Интернет	3,1%
Информационные технологии/Вычислительная техника	9,8%
Производство	4,5%

СМИ и издательской дело	2,7%
Телекоммуникации	2,1%
Ресторанное дело/развлечения	0,5%
Розничная /Оптовая торговля	1,8%
Недвижимость	0,5%
Туризм	0,6%
Транспорт/Логистика	1,2%
Коммунальные услуги	0,5%
Другое	9,2%
<b>Сколько человек работает в Вашей компании?</b>	
1 человек	6,9%
2 - 10 человек	21,7%
11 - 50 человек	25,0%
51 - 100 человек	10,6%
101 - 200 человек	7,8%
201 - 500 человек	8,8%
501 - 1000 человек	5,9%
Более 1000 человек	13,5%
<b>Какова Ваша специализация?</b>	
Нет специализации	3,2%
Администрация/Финансы	9,4%
Образование/Повышение квалификации	4,2%
Поставки	3,2%
Техническое обслуживание	10,6%
Интернет	7,6%
Информационные технологии и компьютерная техника	15,0%
Маркетинг	3,3%
Продажи	7,3%
Кадровые и организационные вопросы	2,7%
Стратегия и планирование/руководство	5,5%
Исследования	3,1%
Другое	25,0%
<b>Принятие каких решений в компании находится в Вашей компетенции?</b>	
Реклама/маркетинг	22,0%
Банковские вопросы	12,2%
Деловые поездки	19,5%
Покупка/аренда автомобилей	5,5%
Комплектующие для компьютеров	24,8%
Программное обеспечение	30,8%
Копировальная техника	18,3%
Факсимильная техника	15,7%
Финансы/инвестиции	12,7%
Доставка/перевозки	12,1%
Информационные технологии	29,4%
Страхование/пенсионное обеспечение	3,9%
Крупное серверное оборудование (Mainframe)	7,0%
Офисные принадлежности	12,7%
Компьютеры для деловых целей	23,6%
Сотрудничество с другими организациями и специалистами	33,5%
Телекоммуникации	18,0%
Веб дизайн	19,6%
Другое	45,5%
Ничего	6,9%

**Что из ниже перечисленного Вы используете дома/на работе?**

Настольный компьютер (PC)	84,2%
Кабельное телевидение	26,9%
Спутниковое телевидение	10,1%
Мобильный телефон	57,3%
Смартфон	1,0%
Электронный органайзер/палмтоп	6,8%
Ноутбук/ лэптоп	9,4%
Цифровой фотоаппарат	14,5%
Видеокамера	23,9%
Цифровая видеокамера	6,2%
Стереосистема	40,5%
Цифровой диктофон	5,0%
DVD-плеер	11,9%
Сканер	29,2%
Струйный принтер	40,7%
Лазерный принтер	15,4%
Карманный переводчик	4,1%
Мультимедиа проектор	1,6%
Ничего из вышеперечисленного	4,1%

**Есть ли у Вас игровая приставка? Если да, то укажите какая именно игровая приставка у Вас есть.**

X-box	0,9%
Play Station	5,7%
Play Station 2	2,8%
Nintendo	1,3%
Gameboy	1,5%
Dreamcast	1,7%
Nintendo 64	1,2%
Gamecube	0,3%
Другая	8,3%
Нет игровой приставки	82,0%

**Что Вы используете для доступа в Интернет из дома?**

Настольный компьютер (PC)	94,7%
Интернет-приставка к телевизору	0,7%
Мобильный телефон	7,3%
Ноутбук/ лэптоп	7,6%
Электронный органайзер/палмтоп	1,1%
Другое	2,7%

**Что Вы используете для доступа в Интернет с работы?**

Настольный компьютер (PC)	96,7%
Интернет-приставка к телевизору	0,7%
Мобильный телефон	5,0%
Ноутбук/ лэптоп	8,8%
Электронный органайзер/палмтоп	2,2%
Другое	2,9%

**Что Вы сделали в прошедшем году ?**

Отдых за границей	20,0%
Переехал(а) в другой дом/квартиру	10,8%
Купил(а) новую машину	5,5%
Купил(а) поддержанную машину	5,8%
Сменил (а) место работы	20,9%
Купил(а) компьютер	31,2%

Купил(а) мобильный телефон	35,8%
Ничего из вышеперечисленного	27,9%
<b>Что Вы собираетесь сделать в будущем году?</b>	
Отдых за границей	38,3%
Переехал(а) в другой дом/квартиру	17,9%
Купил(а) новую машину	14,2%
Купил(а) поддержанную машину	12,6%
Сменил (а) место работы	16,7%
Купил(а) компьютер	21,6%
Купил(а) мобильный телефон	26,8%
Ничего из вышеперечисленного	23,6%