

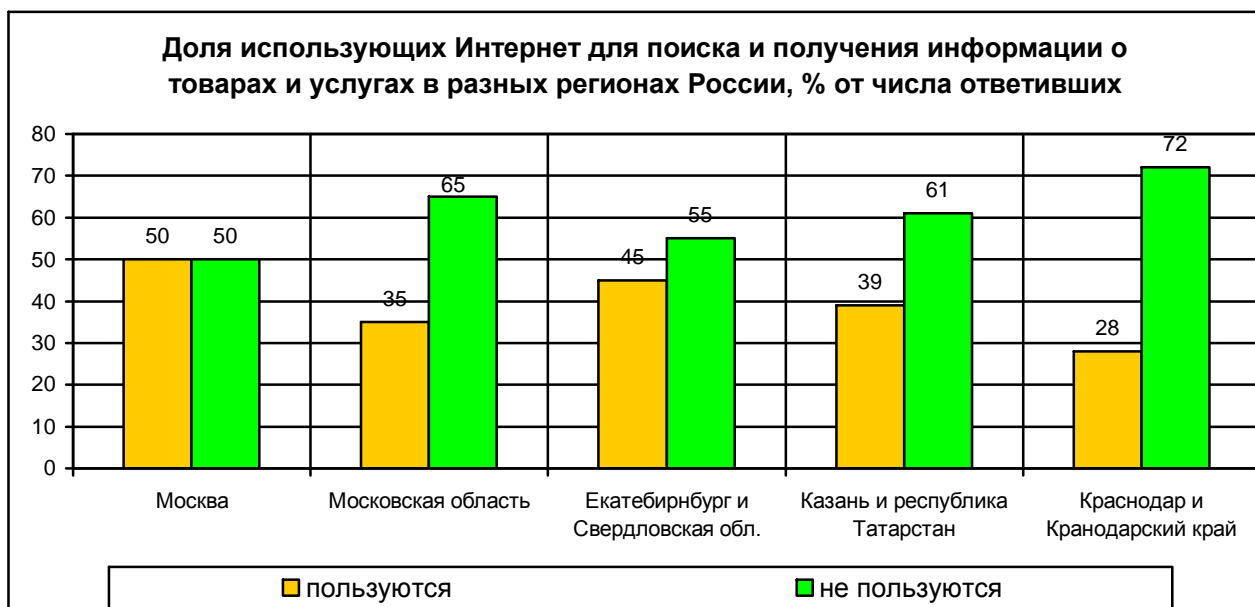
Доля пользующихся Интернетом при поиске информации о товарах и услугах.

По данным из "Доклада об информационной экономике", обнародованный конференцией ООН по торговле и развитию, количество пользователей глобальной Сети составило 1 миллиард 20 миллионов человек в мире.

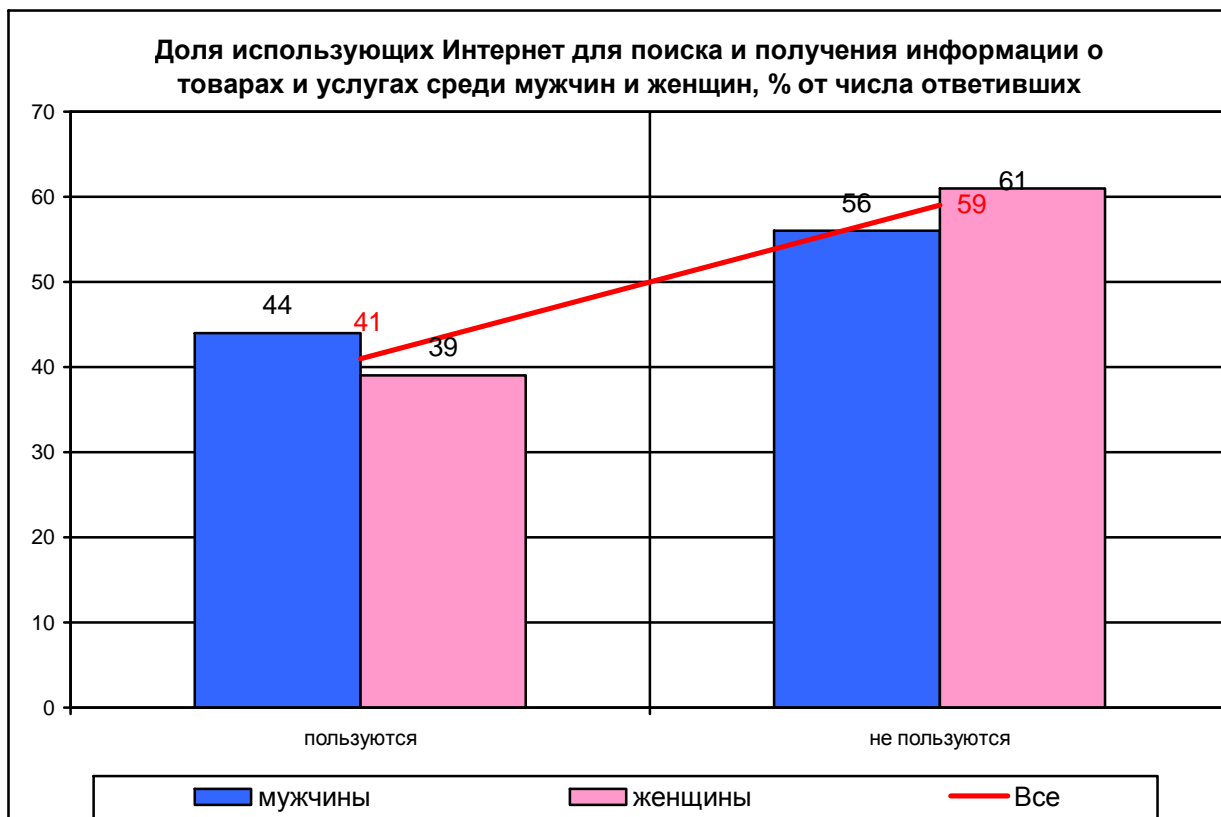
В России количество подключенных к интернету составляет 21,8 миллиона человек. Этот показатель позволил России занять 11 место в рейтинге самых "интернетизированных" стран. Количество активных пользователей, заходящих в интернет каждый день/почти каждый день, выше в городах-миллионниках (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург) и крупных (от 500 тыс. человек населения) городах. Жители менее населенных городов пользуются интернетом значительно реже (несколько раз в неделю)

Компанией «МаркетМастерс» в течение 2008 года проводились опросы потребителей в разных городах России с целью выявления доли потребителей, которые при поиске и получении информации о товарах и услугах используют Интернет источники. Опросы проводились среди потребителей в возрасте от 16 до 70 лет следующих регионов России: г.Москва и Московская область, г.Казань и республика Татарстан, г.Екатеринбург и Свердловская область, г.Краснодар и Краснодарский край.

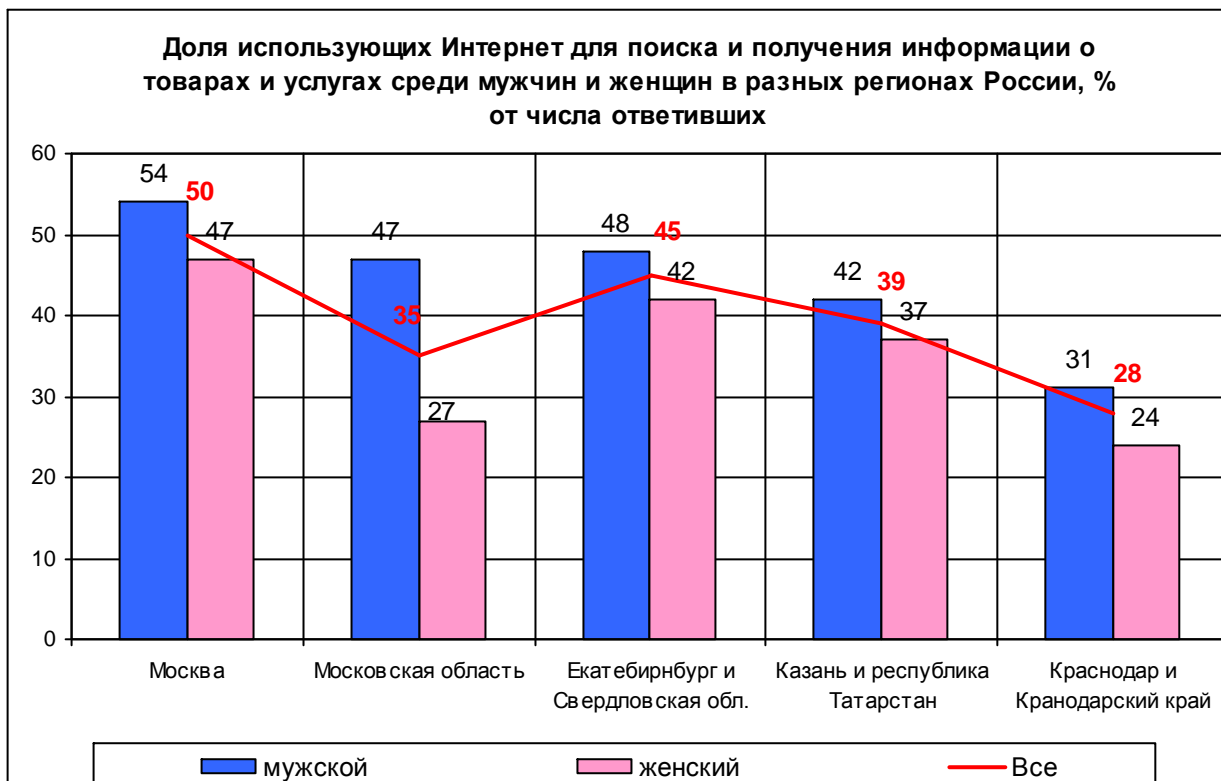
По результатам проведенных опросов в среднем по исследованным регионам Интернет в качестве источника информации используют порядка 41% опрошенных потребителей в возрасте от 16 до 70 лет. При этом отмечено, что в г.Москва в Интернет информацию о товарах и услугах ищут и получают 50% потребителей в возрасте от 16 до 70 лет, что выше по сравнению с другими регионами исследования. Самая низкая доля потребителей, использующих Интернет в качестве источника информации о товарах и услугах, отмечена среди жителей Краснодарского края.



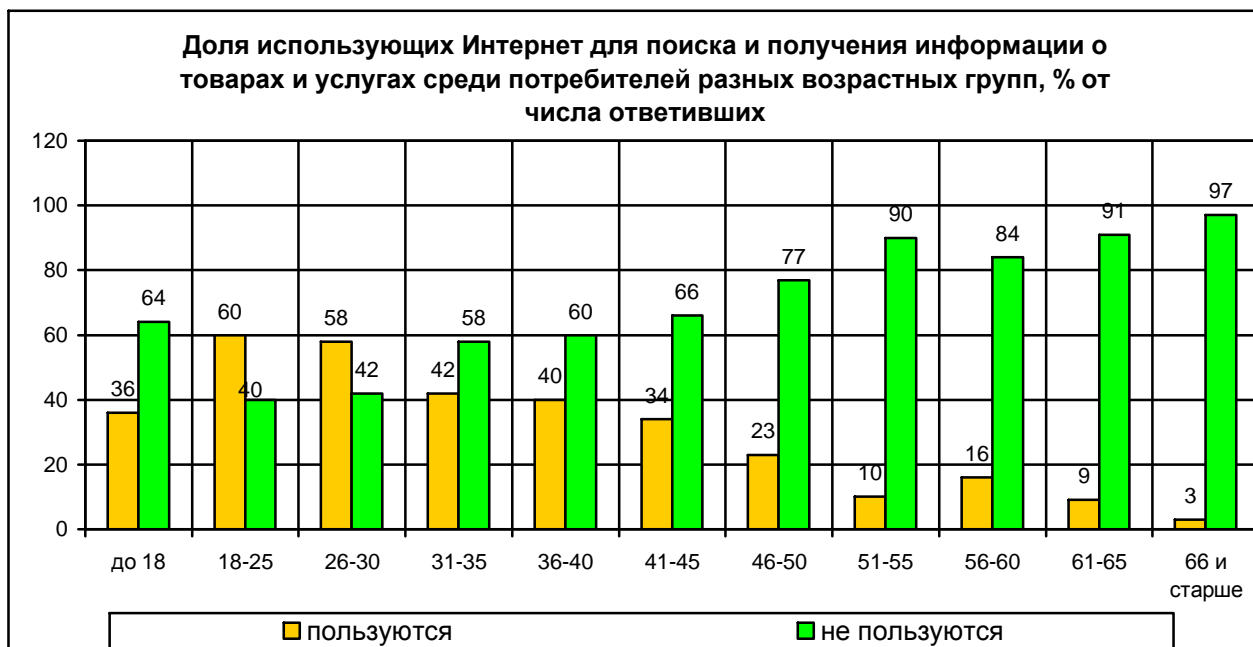
В среднем, по всем исследованным регионам среди мужчин выше по сравнению с женщинами доля тех, кто использует Интернет в качестве источника информации о товарах и услугах.



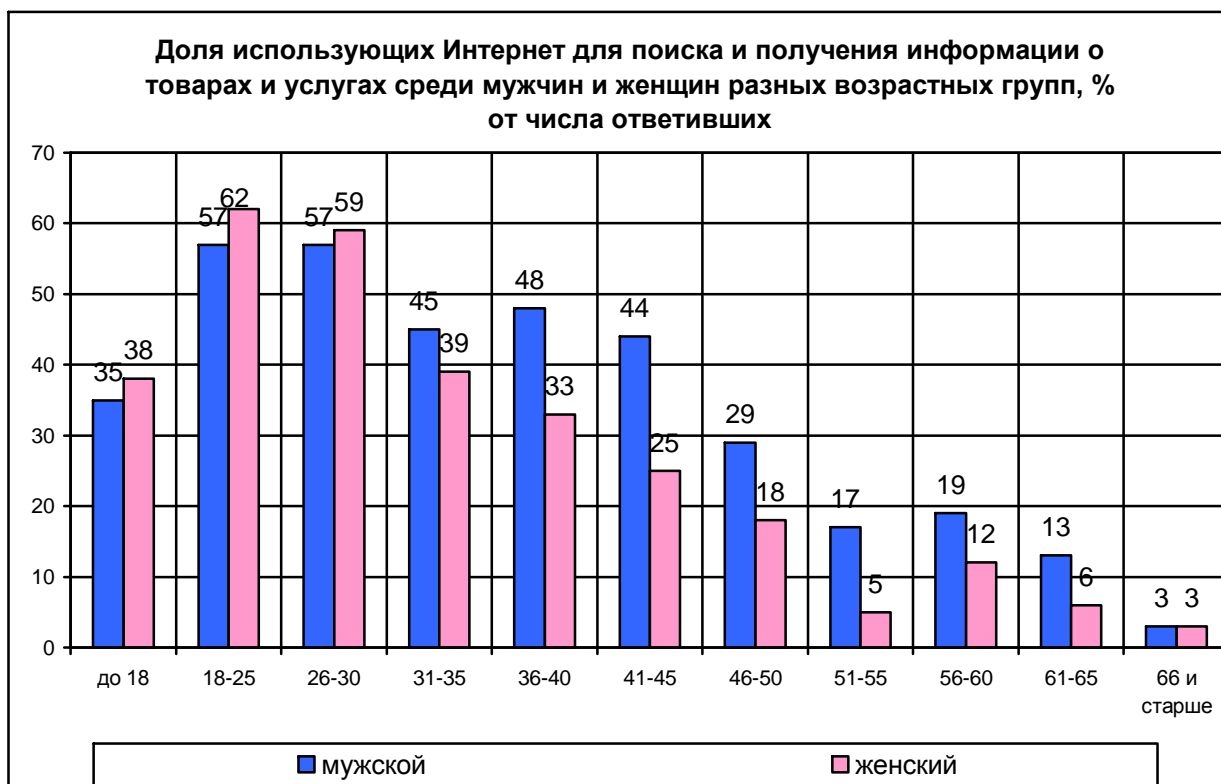
Во всех рассмотренных регионах исследования доля мужчин, которые используют Интернет в качестве источника информации о товарах и услугах, выше по сравнению с женщинами.



В среднем, по всем исследованным регионам, доля тех, кто использует Интернет в качестве источника информации о товарах и услугах, выше всего среди потребителей в возрасте от 18 до 30 лет. С увеличением возраста потребителя последовательно снижается доля тех, кто ищет в Интернет информацию о товарах и услугах.



Однако, следует отметить, что в среднем по всем регионам исследования, среди женщин до 30 лет доля тех, кто использует Интернет в качестве источника информации о товарах и услугах, выше по сравнению с мужчинами, а среди женщин старше 30 лет доля использующих Интернет - ниже по сравнению с мужчинами.



Рассматривая потребителей разных возрастных групп в разных исследованных регионах, можно отметить что почти во всех рассмотренных регионах исследования доля тех, кто использует Интернет в качестве источника информации о товарах и услугах, отмечена среди потребителей в возрасте от 18 до 30 лет, за исключением Московской области. Среди потребителей, опрошенных в Московской области, доля тех, кто ищет в Интернет информацию о товарах и услугах, выше всего среди потребителей следующих возрастных групп: от 28 до 25 лет, от 41 до 50 лет и от 31 до 35 лет.



Таким образом, можно отметить, что использование Интернета в качестве источника информации о товарах и услугах в большей степени характерно для потребителей в возрасте от 18 до 30 лет, при этом мужчины чаще обращаются к Интернет источникам по сравнению с женщинами.