

## TV парк 2019

Дата: 2020-02-21

Источник данных: онлайн-опрос, выборка из панели VoxRu.Net репрезентативная в отношении активной (недельной) российской аудитории интернета

Ревизия домашнего телевизионного оборудования, которую пришлось провести 1007 участникам проведенного "Гласом Рунета" онлайн опроса, показала, что 91% российских интернет-пользователей и членов их семей используют дома для просмотра телевизионных каналов, передач стационарный телевизор. В большинстве (79%) случаев это жидкокристаллические LCD/LED, а в 11% - плазменные устройства. Только 10% устройств остаются классическими кинескопами. При этом, в расчете на одну представленную семью приходится в среднем 2,2 стационарных телевизора.

Около 49% опрошенных российских интернет-пользователей используют для просмотра кино и телепрограмм стационарные компьютеры или/и ноутбуки, 39% - смартфоны с операционной системой Android, а еще 10% - с другой операционкой. Около 20% используют ТВ приставки для приема бесплатного цифрового TV, а еще 19% - компьютеры, оборудованные ТВ тюнерами. Лишь 3% опрошенных пользуются переносными телевизорами, а еще 3% имеют телевизор в автомобиле.

Среди наиболее распространенных функций и стандартов вещания, которыми обладает указанный парк телеприемников, Smart TV (присутствует на 69% устройств), кабельное DVB-C (на 52%), спутниковое DVB-T2 (на 27%), UltraHD (на 18%), Android TV (на 13% устройств).

Около 60% участников опроса пользуются дома услугами бесплатного эфирного или спутникового телевидения (от 20 до 40 каналов в среднем), а 27% смотрят бесплатный контент онлайн-кинотеатров. Напротив, около 50% смотрят платное кабельное или спутниковое телевидение (от 20 до 35 каналов в среднем), а 16% - смотрят платное IP TV через приставки или приложения. Еще 13% смотрят фильмы и передачи по платной подписке в онлайн кинотеатрах.

Около 49% опрошенных не планируют в ближайшее время покупку нового телеприемника. Напротив, 12% намерены сделать это в течение года, а 17% позднее. Около 12% рассчитывают сделать покупку в ближайшие несколько месяцев. Основными мотивами покупки были названы стремление обновить старый ТВ (50%), желание иметь дополнительный ТВ (35%) в другой комнате или другой квартире, на даче (13%), сделать подарок родственникам или друзьям (6%). При этом большинство потенциальных покупателей (80%) отправятся в сетевой гипермаркет электроники, а 43% в один из интернет-магазинов, который на деле может оказаться лишь онлайн версией сетевого гипермаркета.

В случае покупки нового ТВ российские интернет-пользователи обратят внимание в первую очередь на наличие функции подключения к интернету для просмотра YouTube или интернет-

кинотеатров (для 47% это "очень" и 26% "скорее" важное качество), а также САМ модуля с поддержкой DVB-S2 (спутниковых) и DVB-C (кабельных) провайдеров (37% и 25% соответственно). Среди прочих важных критериев выбора назывались большой размер диагонали (29% и 33%) и поддержка стандарта UltraHD (28% и 30%), популярность бренда (28% и 32%) и оптимальная стоимость (27% и 25%).

*Компания Digital Research проводит маркетинговые исследования аудитории интернета с использованием технологии онлайн опросов и веб-панелей,*

*По вопросам информационного сотрудничества и проведению исследований обращайтесь к Александру Иванову – тел. +7 (812) 920-68-12, [info@digitalresearch.ru](mailto:info@digitalresearch.ru)*