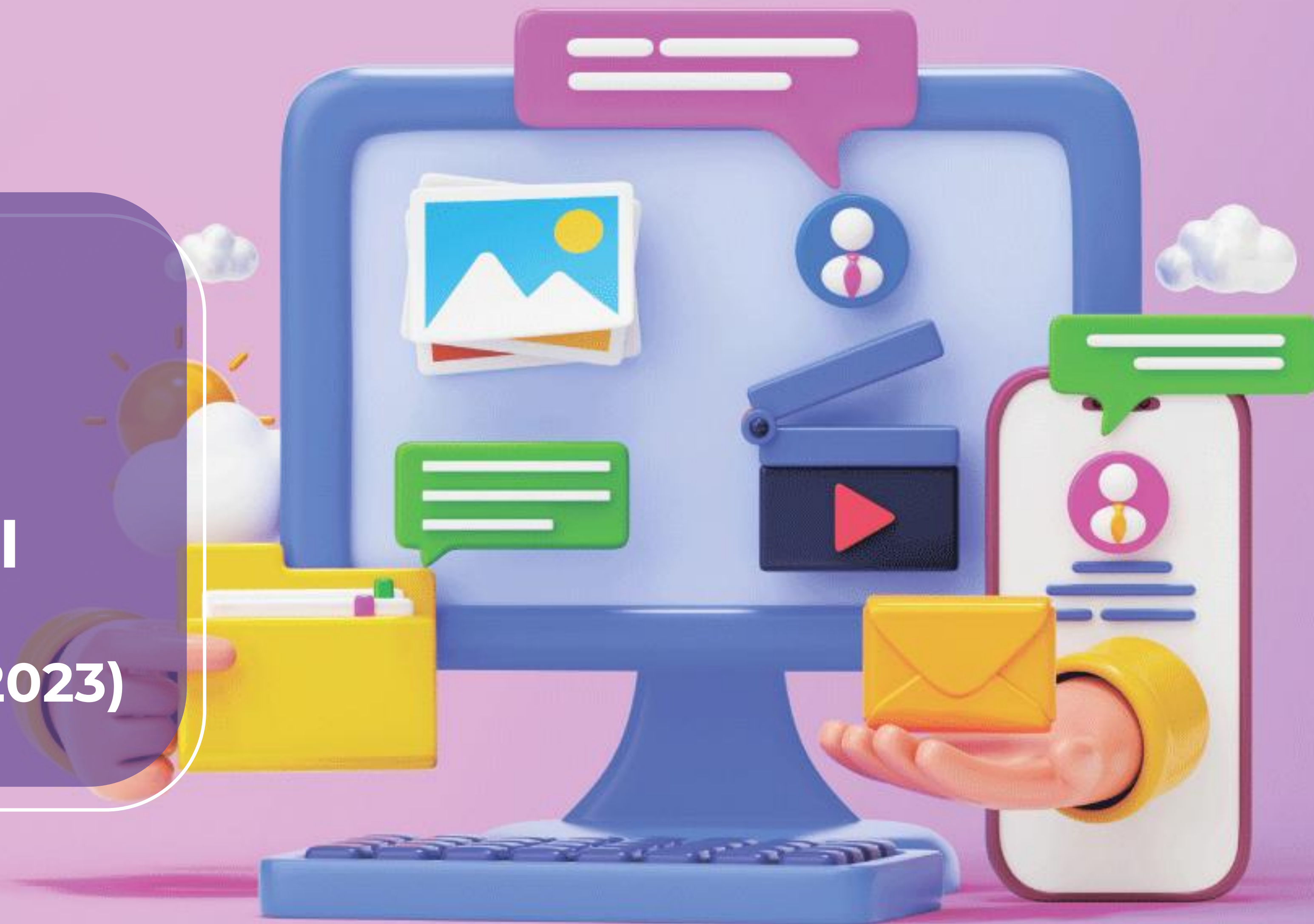


ПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАТНЫМИ ПОДПИСКАМИ НА ОНЛАЙН СЕРВИСЫ (СРАВНЕНИЕ ВОЛН – ЯНВАРЬ 2023 И ИЮЛЬ 2023)



СОДЕРЖАНИЕ

Наличие платных подписок на онлайн сервисы	3
Частота пользования онлайн сервисами и услугами	7
Популярные онлайн сервисы	9
Выводы	10

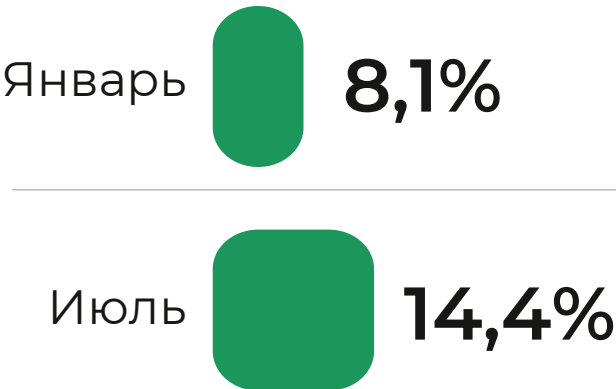
НАЛИЧИЕ ПЛАТНЫХ ПОДПИСОК НА ОНЛАЙН СЕРВИСЫ

Предыдущая волна Омнибуса, где было проведено исследование по наличию платных подписок на онлайн-сервисы, состоялась в январе 2023 года. Тогда наличие у себя платных подписок декларировали 8,1% опрошенных. В июле таковых уже 14,4%. По-прежнему, абсолютное большинство заявляет об отсутствии платных подписок на любые онлайн-сервисы - в январе 90,2%, в июле - 83,2%.



Наличие платных подписок на онлайн-сервисы

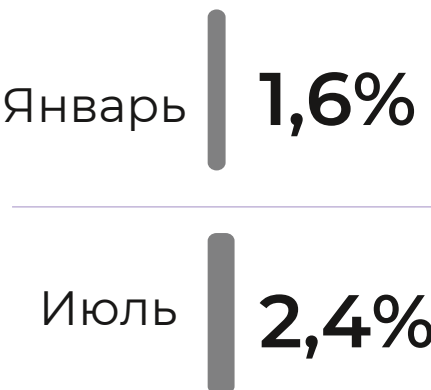
Да



Нет



Затрудняюсь ответить



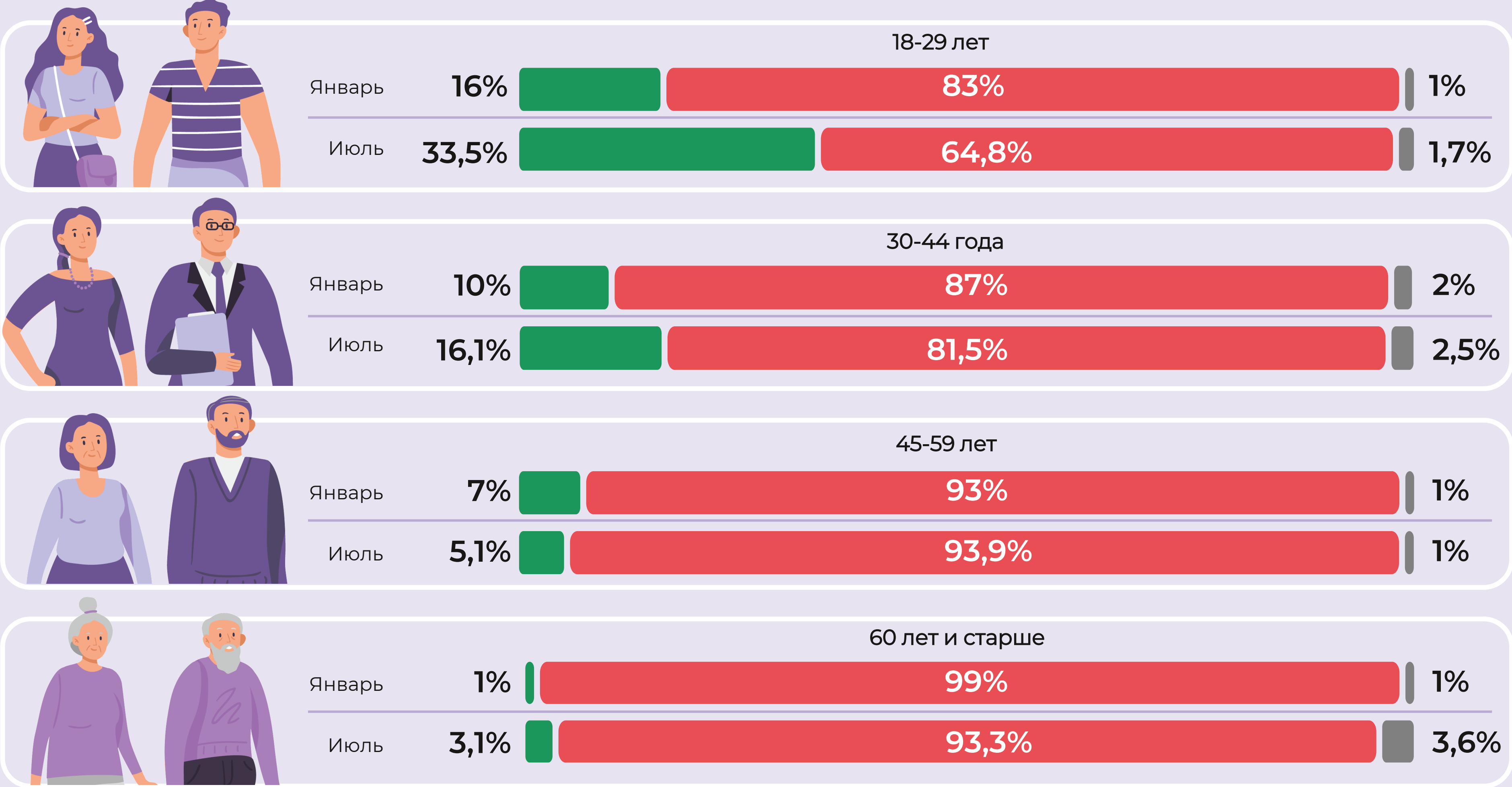


НАЛИЧИЕ ПЛАТНЫХ ПОДПISOK НА ОНЛАЙН СЕРВИСЫ

Основной приток пользователей платных онлайн-сервисов произошел среди молодых людей от 18 до 29 лет (январь - 16%, июль - 33,5%) и респондентов среднего возраста от 30 до 44 лет (январь - 10%, июль - 16,1%).

Наличие платных подписок на онлайн-сервисы (возраст)

Да Нет Затрудняюсь ответить

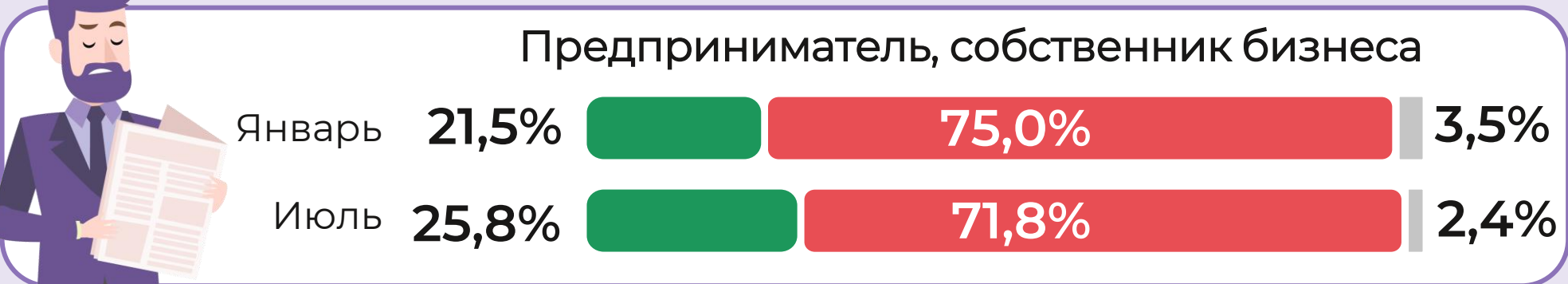
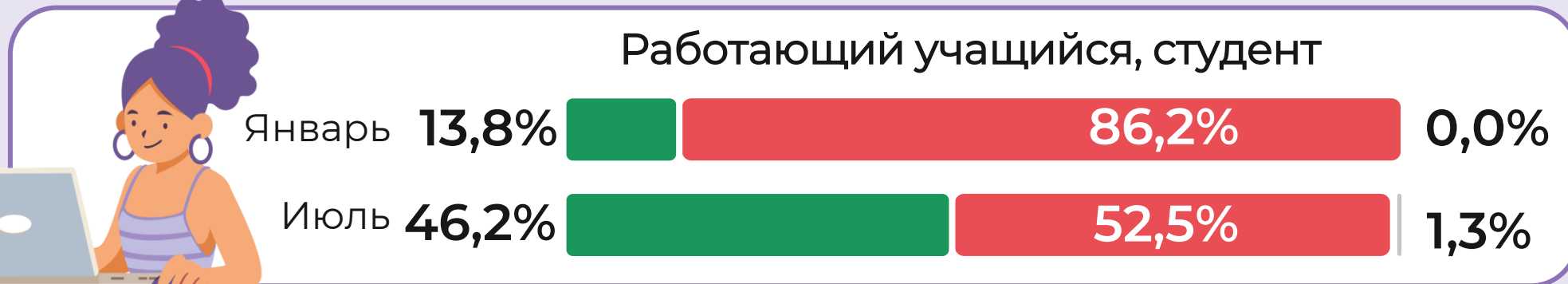
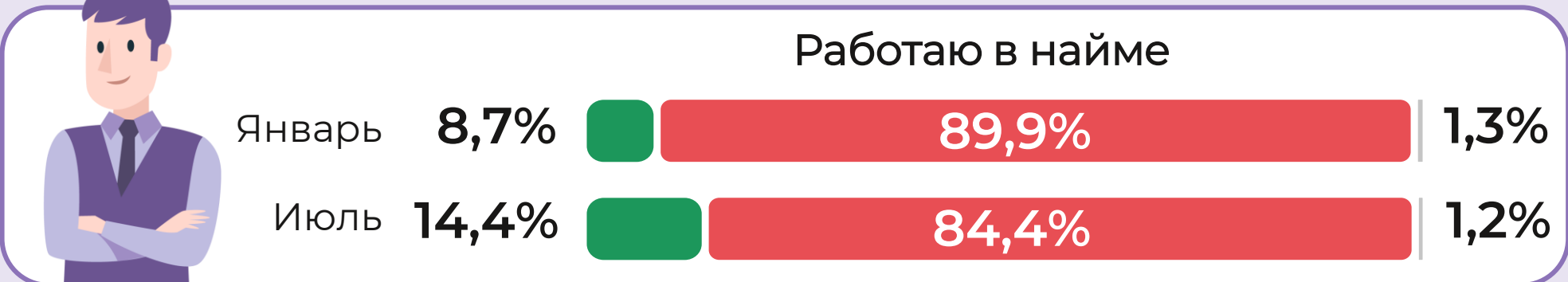
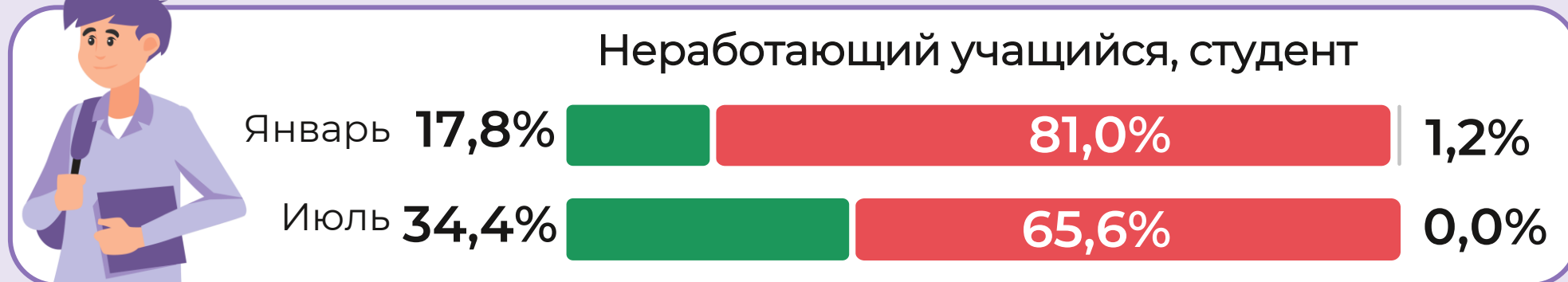
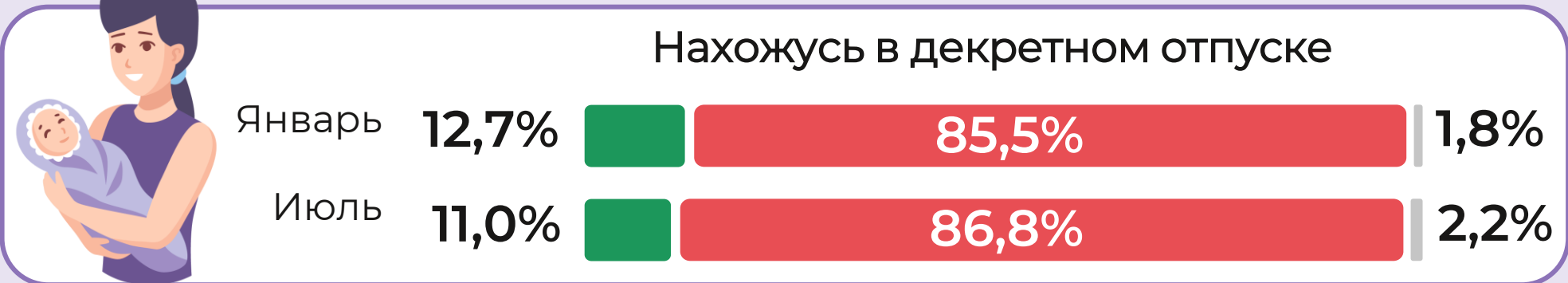
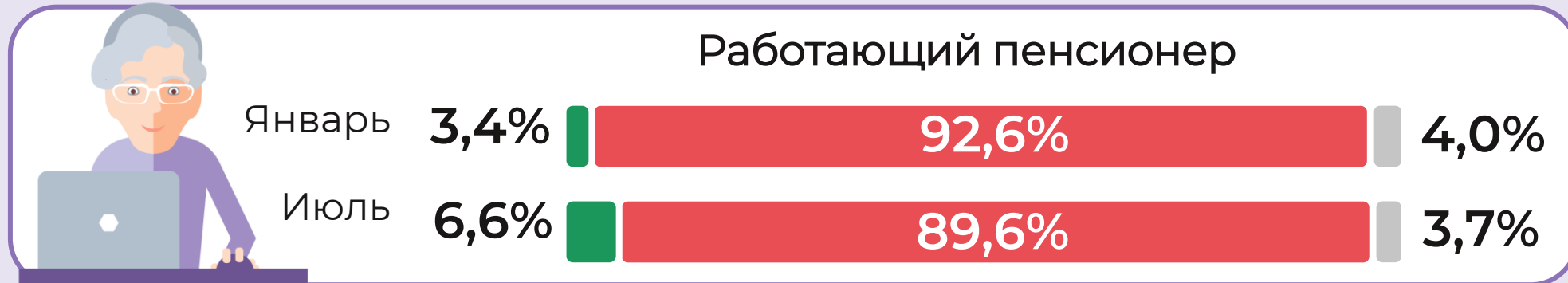




НАЛИЧИЕ ПЛАТНЫХ ПОДПИСОК НА ОНЛАЙН СЕРВИСЫ: РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Да Нет Затрудняюсь ответить

При анализе данных по роду деятельности респондентов также обращает на себя внимание группа студентов (как работающих, так и неработающих) - именно в этих группах пользователей платных подписок стало больше: работающие студенты - январь 13,8%, июль - 46,2%; неработающие студенты - январь 17,8%, июль - 34,4%. Также существенный прирост пользователей произошел в группах предпринимателей (январь 21,5%, июль 25,8%), работающих в найме (январь 8,7%, июль 14,4%) и работающих на себя (январь 10,8%, июль 15,2%).

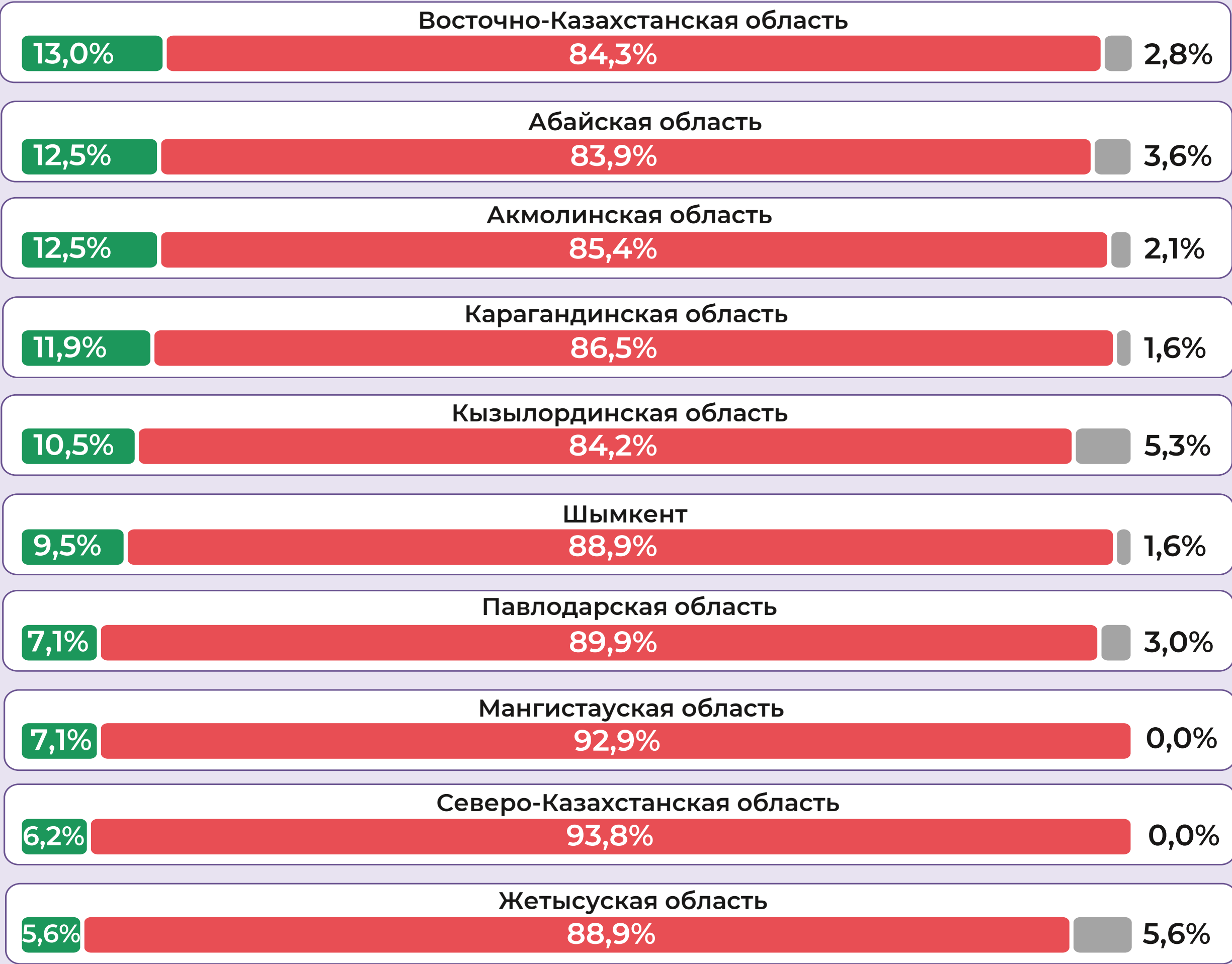
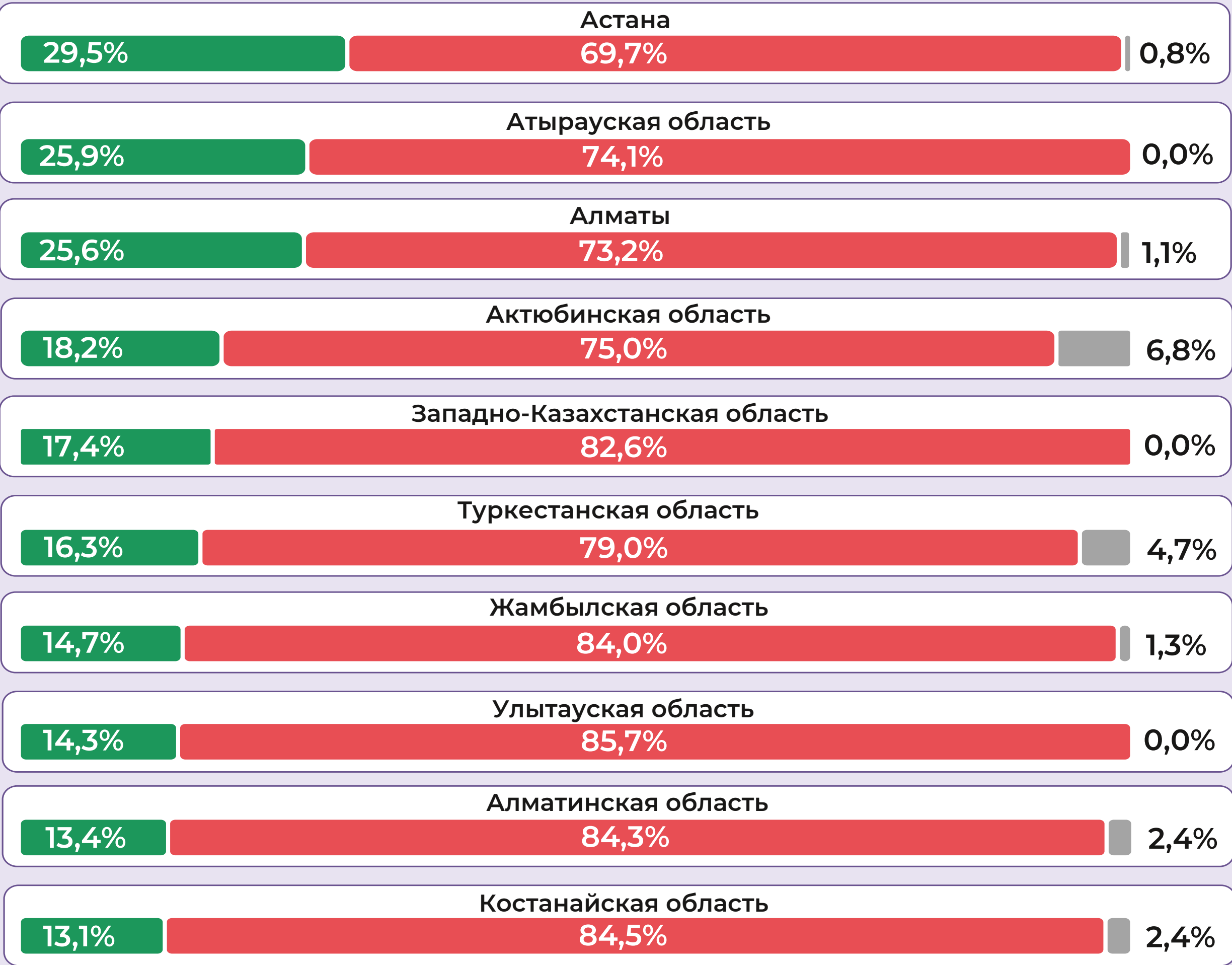




НАЛИЧИЕ ПЛАТНЫХ ПОДПИСОК НА ОНЛАЙН СЕРВИСЫ: РЕГИОНЫ

Да Нет Затрудняюсь ответить

В региональном разрезе следует обратить внимание на области, где декларирующих наличие платных подписок респондентов значительно больше, чем в других областях. Таковыми являются Астана (29,5%), Атырауская область (25,9%) и Алматы (25,6%).

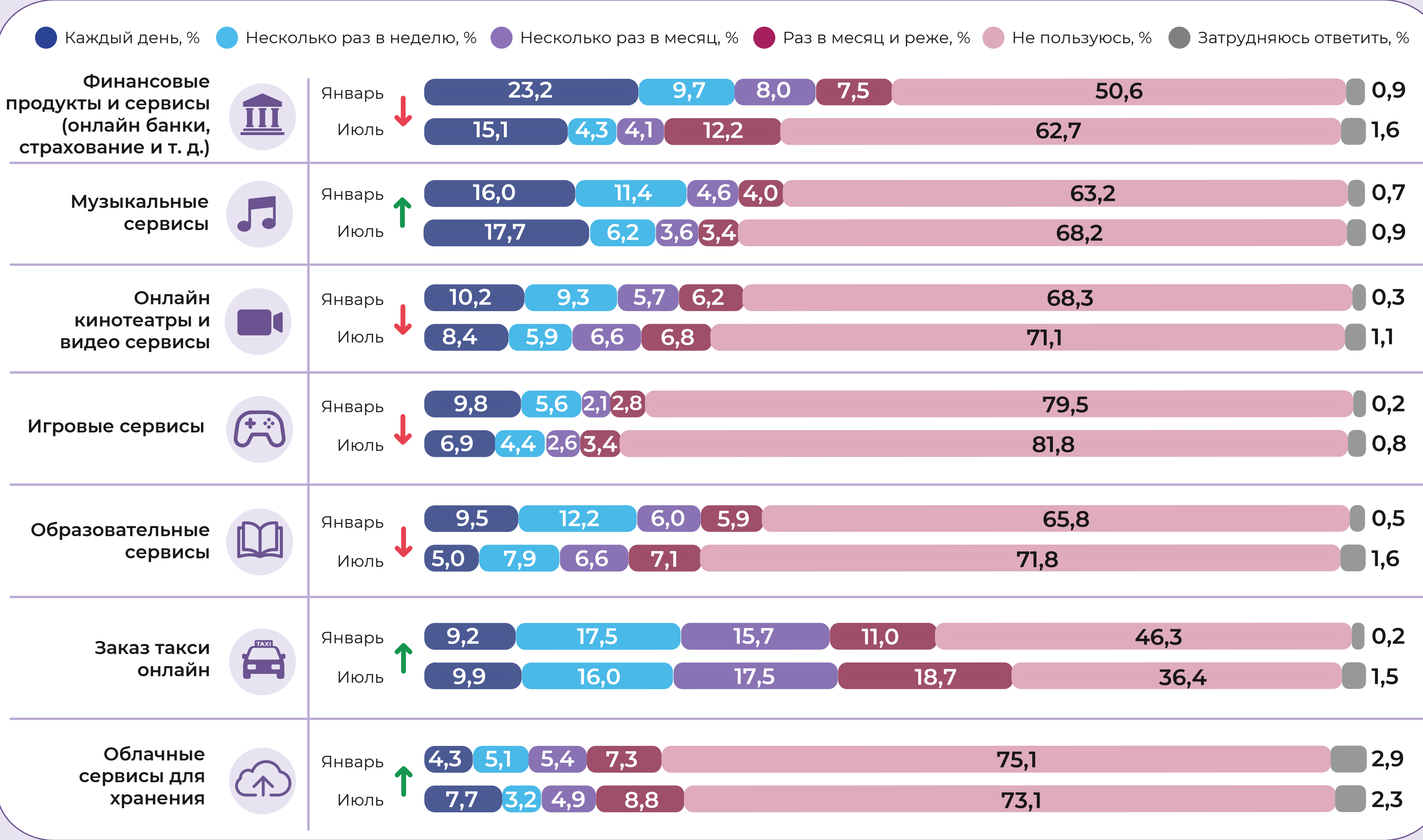




ЧАСТОТА ПОЛЬЗОВАНИЯ ОНЛАЙН СЕРВИСАМИ И УСЛУГАМИ

В январе наиболее популярными сервисами, которыми пользовались респонденты каждый день, были банковские продукты (23%), музыка (16%), онлайн-кинотеатры и видеосервисы (10%), игровые сервисы (10%), образовательные сервисы (10%) и заказ такси (9%).

В июле данный список пополнился пользователями облачных сервисов для хранения и выглядит следующим образом: музыка (17,7% - прирост на 1,7 п.п.), банковские продукты (15,1% - снижение на 8,1 п.п.), заказ такси (9,9% - прирост на 0,7 п.п.), онлайн-кинотеатры и видеосервисы (8,4% - снижение на 1,8 п.п.), облачные сервисы для хранения (7,7% - прирост на 3,4 п.п.), игровые сервисы (6,9% - снижение на 2,9 п.п.), образовательные сервисы (5% - снижение на 4,5 п.п.).



ЧАСТОТА ПОЛЬЗОВАНИЯ ОНЛАЙН СЕРВИСАМИ И УСЛУГАМИ

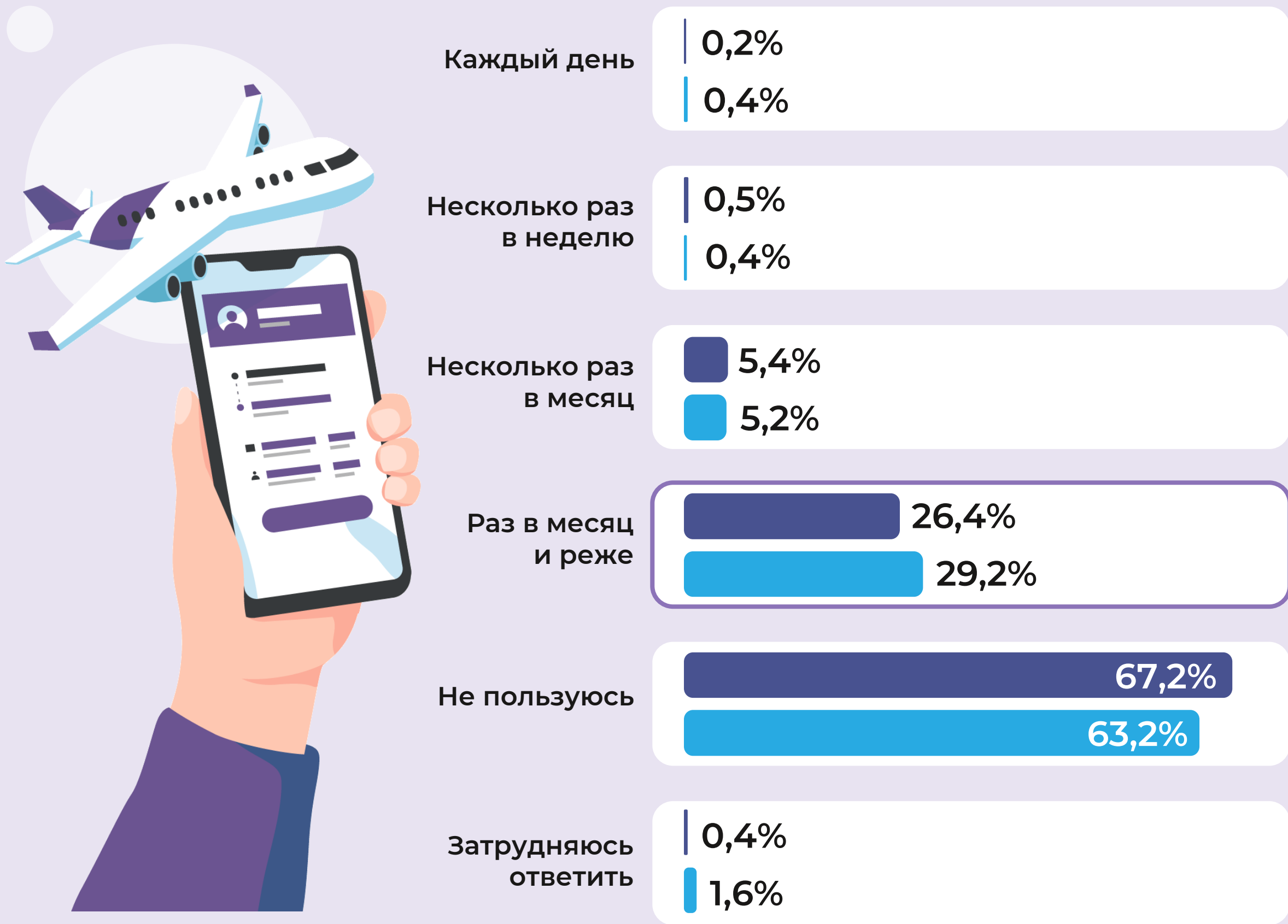
Доставка из кафе или ресторанов через мобильные приложения стала популярнее у пользователей, однако не в формате ежедневного пользования, а с частотой "раз в месяц и реже" (январь - 11,1%, июль - 15,8%). Также возросла доля пользователей, которые раз в месяц и реже приобретают онлайн авиа и жд билеты, бронируют отели (январь - 26,4%, июль - 29,2%).

● Январь
● Июль

Доставка из кафе или ресторанов через мобильные приложения

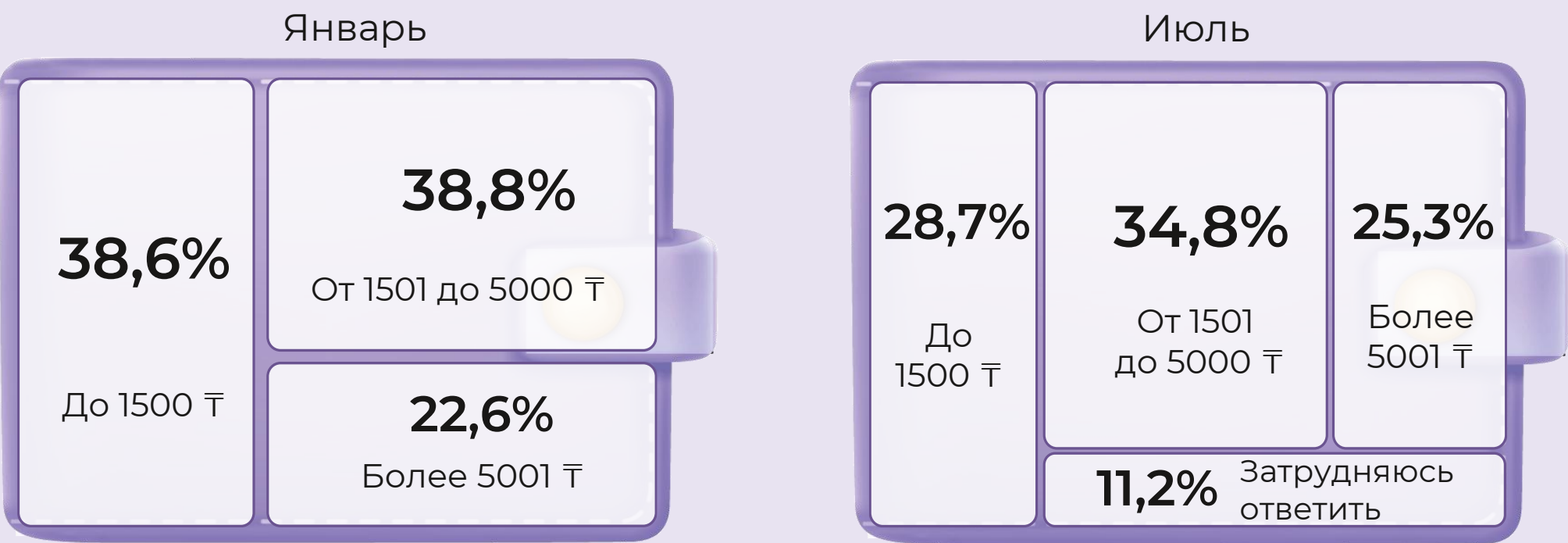


Онлайн покупка авиа / жд билетов, бронирование отелей



ПОПУЛЯРНЫЕ ОНЛАЙН СЕРВИСЫ

Сколько в месяц в среднем Вы платите за все ваши онлайн-подписки?



Среди наиболее частых подписок, которыми пользуются респонденты, были упомянуты Яндекс (Плюс, Алиса) - 29,2%, Кинопоиск - 14,2%, IVI и Яндекс Музыка - по 13,1%. Напомним, что в январе первая тройка платных подписок выглядела следующим образом: Яндекс Плюс - 28%, Кинопоиск - 12%, Netflix - 8%.

Если же взглянуть на наиболее популярные платные подписки в общем, то на лидирующих позициях находятся онлайн-кинотеатры и видеосервисы, музыкальные сервисы и система искусственного интеллекта Яндекс (Плюс, Алиса).

По средней стоимости подписок в месяц в июле лидирует сумма от 1501 до 5000 ₼ - 34,8% опрошенных в июле платят за свои подписки на онлайн сервисы именно такую сумму (январь - 38,8%). Следует отметить, что четверть опрошенных тратят на оплату своих платных подписок более 5001 ₼ в месяц - 25,3% (в январе таковых было 22,6%).

Яндекс (Плюс, Алиса)	29,2%
КИНОПОИСК	14,2%
IVI	13,1%
Яндекс (Музыка)	13,1%
Apple (Music)	8,8%
NETFLIX	7,7%
Spotify	7,3%
Музыкальный сервис	5,0%
Онлайн-кинотеатр	5,0%
Apple (iCloud)	3,8%
VK Музыка	3,5%
Megogo	2,7%
Google (Хранилище)	1,9%
Видеоигры	1,9%
ТВ	1,9%
TNT-PREMIER	1,5%
YouTube	1,5%
Рабочие программы	1,5%
Apple	1,2%
START	1,2%
Google Play	1,2%
Облачное хранилище	1,2%

Книги	1,2%
Фото/Видео	1,2%
PlayStation	0,8%
MyBook	0,8%
Flo	0,8%
Discord	0,8%
X-Box	0,4%
Get Contact	0,4%
BeeTV	0,4%
Lingua	0,4%
Литрес	0,4%
FaceTune	0,4%
Wolt+	0,4%
MailRu (Облако)	0,4%
EWA	0,4%
Twitch	0,4%
Tinder	0,4%
MS OneDrive	0,4%
Duolingo	0,4%
Photoshop Express	0,4%
Другое	6,5%
Затрудняюсь ответить	1,5%

ВЫВОДЫ

- Согласно результатам опроса абсолютное большинство заявляет об отсутствии платных подписок на любые онлайн-сервисы - в январе 90,2%, в июле - 83,2%. В первой волне опроса (январь 2023) наличие у себя платных подписок декларировали 8,1% опрошенных, во второй волне (июль 2023) - таковых уже 14,4%.
- Основной приток пользователей платных онлайн-сервисов произошел среди молодых людей от 18 до 29 лет (январь - 16%, июль - 33,5%) и респондентов среднего возраста от 30 до 44 лет (январь - 10%, июль - 16,1%). Также существенный прирост пользователей произошел в группах студентов (работающие студенты - январь 13,8%, июль - 46,2%; неработающие студенты - январь 17,8%, июль - 34,4%), предпринимателей (январь 21,5%, июль 25,8%), работающих в найме (январь 8,7%, июль 14,4%) и работающих на себя (январь 10,8%, июль 15,2%). В региональном разрезе декларирующих наличие платных подписок респондентов значительно больше в Астане (29,5%), Атырауской области (25,9%) и Алматы (25,6%).
- Наиболее популярные сервисы, которыми респонденты пользовались каждый день: музыка (17,7% - прирост на 1,7 п.п.), банковские продукты (15,1% - снижение на 8,1 п.п.), заказ такси (9,9% - прирост на 0,7 п.п.), онлайн-кинотеатры и видеосервисы (8,4% - снижение на 1,8 п.п.), облачные сервисы для хранения (7,7% - прирост на 3,4 п.п.), игровые сервисы (6,9% - снижение на 2,9 п.п.), образовательные сервисы (5% - снижение на 4,5 п.п.).
- Доставка из кафе или ресторанов через мобильные приложения стала популярнее у пользователей, однако не в формате ежедневного пользования, а с частотой "раз в месяц и реже" (январь - 11,1%, июль - 15,8%). Также возросла доля пользователей, которые раз в месяц и реже приобретают онлайн авиа и жд билеты, бронируют отели (январь - 26,4%, июль - 29,2%).
- Среди наиболее частых подписок, которыми пользуются респонденты, в июле были упомянуты Яндекс (Плюс, Алиса) - 29,2%, Кинопоиск - 14,2%, IVI и Яндекс Музыка - по 13,1%. В январе первая тройка платных подписок выглядела следующим образом: Яндекс Плюс - 28%, Кинопоиск - 12%, Netflix - 8%.
- Если же взглянуть на наиболее популярные платные подписки в общем, то на лидирующих позициях находятся онлайн-кинотеатры и видеосервисы, музыкальные сервисы и система искусственного интеллекта Яндекс (Плюс, Алиса).
- По средней стоимости подписок в месяц в июле лидирует сумма от 1501 до 5000 ₸ - 34,8% опрошенных в июле платят за свои подписки на онлайн сервисы именно такую сумму (январь - 38,8%). Следует отметить, что четверть опрошенных тратят на оплату своих платных подписок более 5001 ₸ в месяц - 25,3% (в январе таковых было 22,6%).

Ограничение ответственности TOO «United Research Technologies Group»

Предоставляемые результаты исследования URTG носят исключительно информационный характер. Компания не несёт ответственности за использование результатов исследования читателями при принятии финансовых и иных решений.

Исследование не предназначено для коммерческого использования и не может быть воспроизведено, передано или опубликовано целиком или по частям без предварительного письменного разрешения URTG. Ссылка на источник — обязательна.

Контакты

Если Вас интересует возможность включить в анкету блок вопросов на актуальную для Вас тему, свяжитесь с нами любым удобным для вас способом:

+7 771 799 5001

research@urtg.org

Республика Казахстан,
г. Алматы, ул. Желтоксан, д. 115