

# ЧИ Є РІЗНИЦЯ МІЖ ІНТЕРНЕТ-КОРИСТУВАЧАМИ ТА ТИМИ, ХТО НИМ НЕ КОРИСТУЄТЬСЯ?

*Дарина Пирогова*  
Київський міжнародний інститут соціології

За даними всеукраїнського опитування Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) спільно з ВІН-Геллап Інтернешнл (WIN-Gallup International), яке відбувалося наприкінці 2011 року\*, 40% населення України користується Інтернетом вдома та/або на роботі, що дає нам право розглядати цю групу населення як соціальну категорію, яку можна за різними параметрами порівнювати із контрастною їй категорією – тими, хто Інтернетом не користується або взагалі не знає, що це таке. Для початку можна звернутися до соціально-демографічних параметрів: за деякими з них користувачі помітно відрізняються від некористувачів.

Так, у групі користувачів гендерний розподіл майже відповідає кількості жінок та чоловіків у генеральній сукупності, де жінки трохи перева-

жають у кількісному співвідношенні над чоловіками (51% та 49% відповідно), натомість у групі некористувачів жінки переважаються більше – їх 58%, а чоловіків – 42%. У віковому розрізі є суттєві різниці у всіх вікових групах: серед користувачів суттєві частки молодих людей до 30 років та людей середнього віку – по 44%, значно менше представників старшого покоління – 12% і майже зовсім немає тих, кому за 65. Інша ситуація із тими, хто Інтернетом не користується: в цій групі найменше молоді – всього 11% і приблизно однаково, по третині, представників інших вікових груп. Вищу освіту серед користувачів та некористувачів відповідно мають 84% та 53% опитаних, в той час на мінімальному рівні освіти зупинилися 21% тих, хто Інтернетом не користується і лише 5% тих, хто користується. Помітно дві

Користувачі	Соціально-демографічні параметри	Некористувачі
	<b>Стать</b>	
51	<i>Жінки</i>	58
49	<i>Чоловіки</i>	42
	<b>Вік</b>	
44	<i>До 30</i>	11
44	<i>30-50</i>	32
12	<i>51-65</i>	30
	<i>65+</i>	27
	<b>Найвищий рівень освіти</b>	
5	<i>Немає освіти/тільки початкова</i>	21
11	<i>Середня школа</i>	26
84	<i>Вища освіта</i>	53
	<b>Тип поселення</b>	
82	<i>Місто</i>	58
18	<i>Село</i>	42

порівнювані групи відрізняються також і за місцем проживання: у містах живуть 82% користувачів мережі і 58% некористувачів, в селах – всього 18% користувачів і 42% некористувачів.

Узагальнивши, можна уявити типового представника для обох груп. Групу користувачів репрезентуватиме міська жителька до 50 років, яка має вищу освіту, групу некористувачів – така ж жінка, але віком від 51 до 65 років.

В перші дні 2012 року нам здається актуальним те, які мають уявлення і які прогнози будують українці на рік прийдешній, як вони його оцінюють у порівнянні із щойно минувшим 2011. Виявилось, що забарвлення цих прогнозів не надто оптимістичне. Так, всього 6% опитаних переконані, що цей рік буде роком економічного процвітання, натомість більше половини – 54% – мають протилежний прогноз. На їхню думку, 2012 стане роком економічних проблем. Таким чином, баланс надії-

відчаю у настроях українців на початку року становить -48. Подібним же чином було визначено і баланс щастя-нещастя, який склав +29 (43% мінус 14% нещасливих). Крім того, є 37% тих, хто не відчуває себе ані щасливими, ані нещасними.

Отож, фокусом нашого інтересу стало те, чи є якісь розбіжності між тими, хто користується і не користується Інтернетом у розрізі таких балансів. Виявилось, що користувачі, в порівнянні із некористувачами, налаштовані більш оптимістично. Тобто, можна припустити, що серед наших двох типових представниць молодша позитивніше налаштована, ніж старша. Втім, у даному випадку, як у загально-українському вимірі, так і у виділених групах, *доречно говорити не про більшу ступінь оптимізму, а скоріше про меншу ступінь песимізму.*

Найбільше виділені нами групи користувачів та некористувачів Інтернетом відрізняються за

Користувачі	Прогнози на 2012	
	На вашу думку, у порівнянні із цим роком, прийдешній рік буде роком економічного процвітання, економічних проблем або залишиться таким же з погляду економіки?	
10	Буде роком економічного процвітання	4
55	Буде роком економічних проблем	54
23	Залишиться таким же	26
-45	<b>Баланс надії-відчаю</b>	-50
	З Вашої точки зору, 2012 рік буде кращим або гіршим, ніж 2011 рік?	
23	Краще	10
39	Гірше	50
23	Буде таким же	23
-16	<b>Баланс оптимізму-песимізму</b>	-40
	Якщо говорити особисто про Вас, то Ви почуваете себе щасливим, нещасливим або ані щасливим, ані нещасливим?	
57	Почуваю себе щасливим	33
6	Почуваю себе нещасливим	19
32	Почуваю себе ані щасливим, ані нещасливим	42
51	<b>Баланс щастя-нещастя</b>	14

балансом щастя-нещастя: для перших він становить +51, для других – всього +14. Зафіксована різниця між оптимістами і песимістами у прогнозах на 2012 для тих, хто користується Інтернетом дорівнює -16, а для тих, хто не користується, вона є значно більшою – -40. Стосовно економічних прогнозів, більш втішною ситуація виглядає з уст користувачів – баланс надії-відчаю для цієї групи становить -45, в той час як для некористувачів такий баланс дорівнює -50. Отже, виходить, що користувачі Інтернету загалом налаштовані не так песимістично і понуро, як некористувачі на рахунок того, яким для нас і нашої країни буде прийдешній 2012 рік. Крім того, користувачі, порівняно із некористувачами, частіше почувають себе щасливими.

Таким чином, з цього можна зробити висновок про те, що люди, які мають можливість користуватися Інтернетом загалом щасливіші і мають більш оптимістичні погляди. Але варто брати до уваги і те, що зв'язок може бути і зворотнім – користуються Інтернетом саме ті люди, які є щасливішими і оптимістичнішими. Крім того, у групі користувачів значна частина молодих і середнього віку людей, а люди старшого віку – недопредставлені; більше міських

жителів і людей із вищою освітою, порівняно із групою некористувачів, що теж вносить свої зміщення.

Цікавим нам видається той факт, що у групі тих, хто користується Інтернетом, значно менше людей, які ніколи не чули про діяльність різних міжнародних організацій та об'єднань. Наприклад, про Організацію об'єднаних націй (ООН) нічого не чули 11% некористувачів і 6% користувачів, про Всесвітню організацію охорони здоров'я (ВООЗ) 20% некористувачів і 8% тих, хто Інтернетом користується. Це може свідчити про те, що користувачі Інтернету, у порівнянні з некористувачами, більш обізнані із суспільно важливих питань і мають більше джерел інформації для розширення свого кругозору.

*\* Протягом 22 листопада - 4 грудня 2011 року методом інтерв'ю опитано 1 013 респондентів, що мешкають в усіх областях України, в АР Крим та м. Києві, за стохастичною вибіркою, репрезентативною для населення України віком від 18 років. Статистична похибка вибірки (з імовірністю 0.95 і без урахування дизайн-ефекту) не перевищує 3.1%.*

## Бібліотека Української Асоціації Маркетингу

Вийшов переклад книги Ф. Котлера та Карен А Фокс  
"Стратегічний маркетинг для навчальних закладів".

Видавець Українська Асоціація Маркетингу.  
Видання здійснене за підтримки Відділу преси, освіти та культури  
Посольства США в Україні  
Окрема подяка за підтримку дослідницьким компаніям  
InMind, Ipsos Ukraine та Агентству Індустріального Маркетингу,  
ТОВ "Паритет Партнерс", компанії Brand.Up

Вартість одного примірника 100 грн.  
Замовлення приймаються електронною поштою [lsvuma2000@gmail.com](mailto:lsvuma2000@gmail.com),  
[umaukr@mail.ru](mailto:umaukr@mail.ru) або за телефонами (063) 953 57 34, (067) 775 85 61