



65% інтернет-користувачів хоч би раз платили за контент, а 18% - за контент, підготовлений ЗМІ. Найчастіше користувачі набувають музики і програмного забезпечення в мережі. Про це повідомляє американська дослідницька компанія PewInternet.

У дослідженні, яке проводилося в період 28 жовтня - 1 листопада 2010 року, брали участь 1003 респонденти. З них 755 є інтернет-користувачами. Учасникам опитування було поставлене питання: "Скажіть, будь ласка, вам коли-небудь доводилося платити за право доступу або викачувати наступні види контенту".

Під онлайн-контентом в дослідженні розуміється нематеріальні цифрові продукти (програмне забезпечення, статті, музика), які не обов'язково повинні мати фізичну форму.

В ході дослідження було з'ясовано, що користувачі платили:

- 33% за музику в онлайн
- 33% за програмне забезпечення
- 21% за додатки для своїх смартфонів і планшетних пристроїв
- 19% за ігри
- 18% за газети, журнали або статті і репортажі
- 16% за відео, фільми і ТБ-шоу
- 15% за музичні сигнали до телефонів
- 12% за цифрове фото
- 11% платили за преміальний контент на сайтах, що мають безкоштовний контент
- 10% за електронні книги
- 7% за підкасти
- 5% за інструменти або матеріали, які використовуються в комп'ютерних іграх

- 5% за шпаргалки і коди, щоб грати в комп'ютерні ігри

- 5% за доступ до баз даних і сервісів

- 2% за контент для дорослих

Середні витрати тих, хто платив за контент, склали приблизно \$47 в місяць за матеріал, який вони завантажували або до якого діставали доступ, включаючи підписку (\$12 в місяць) та індивідуальний доступ до файлів (\$22 в місяць). Проте деякі просунуті інтернет-шоппери сильно підвищують середню суму покупок, тоді як більшість середніх покупців витрачають максимум \$10 в місяць.