Аудитория интернета Украины: демография, тенденции, отношение к е-коммерции

Дмитрий Лысюк Gemius Ukraine

Киев, 2009 г.



Майские тезисы

План

- 1. Аудитория Уанета, gemius Audience, апрель 2009 г.
- 2. Особенности медиапотребления интернет-пользователями Украины
- 3. Отношение пользователей к рекламе онлайн
- 4. Онлайн покупатели Украины



1. Аудитория интернета Украины обзор



Онлайн аудитория Украины

Апрель 2009

7 231 000 чел. (real users)

Март 2009

7 319 000 чел. (real users)

Апрель 2008

ок. 6 076 000 чел. (real users)

gemiusAudience, апрель 2009 г.

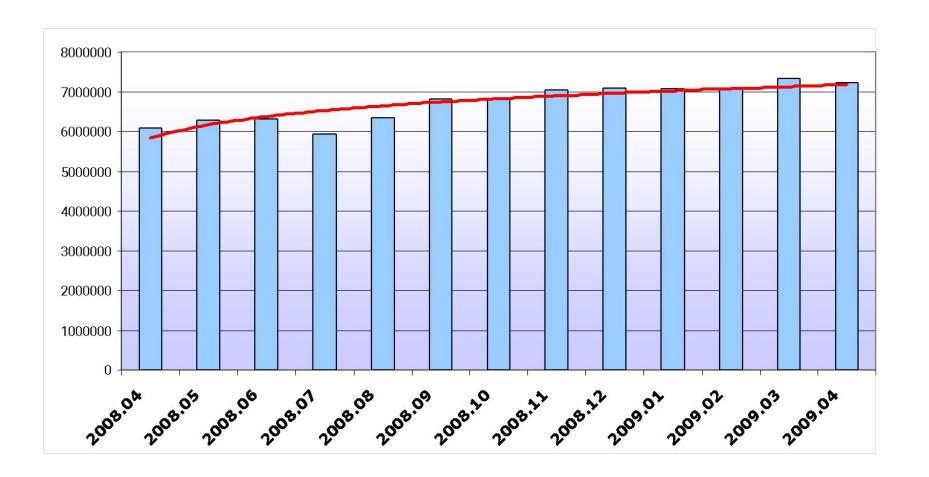
- Охват исследования: 72,2% украинских пользователей интернета.
- В отчете представлены 202 сайтов.
- Соц-дем отчет составлен на основании 33 485 анкет.



source: gemiusAudience, 04.2008, 03.2009, 04.2009

Онлайн аудитория Украины за год: стабильный рост

Прирост по сравнению с апрелем 2008 – 1,15 млн. – 18,7%.

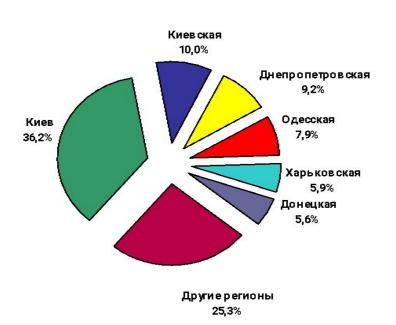




source: gemiusAudience, 04.2008-04.2009

Пользователи по регионам

Состав аудитории по регионам



Топ-5 регионов по активности пользователей

Область	Ср. число просмотров на посетителя	Ср. время на посетителя [ч: мин:сек]
Киев	173,3	3:51:49
Тернопольска я	166,38	3:24:28
Волынская	163,99	3:15:25
Ивано- Франковская	155,07	3:03:44
Киевская	137,83	3:13:32

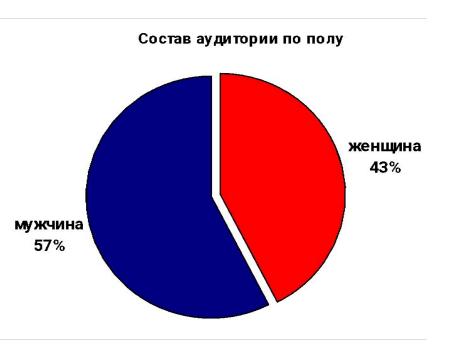


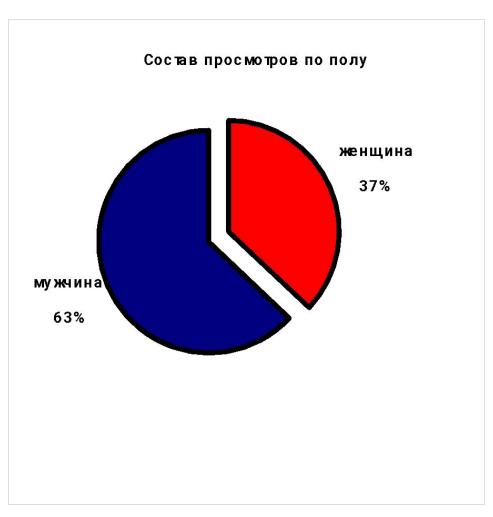
Место доступа в интернет





Пол интернет-пользователей

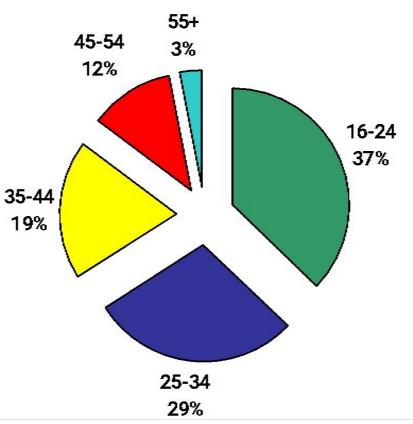




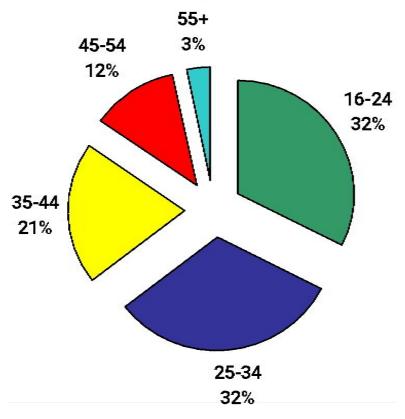


Возраст интернет-пользователей





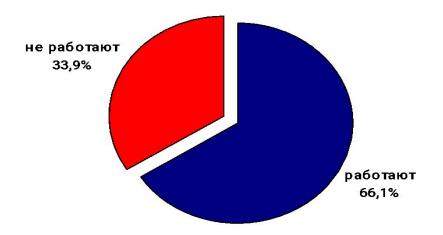
Состав просмотров по возрасту



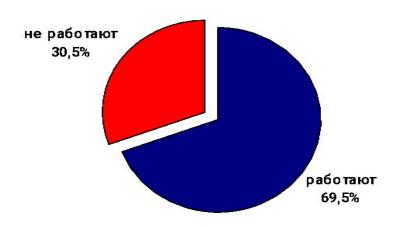


Наличие работы у интернет-пользователей

Состав аудитории по наличию работы

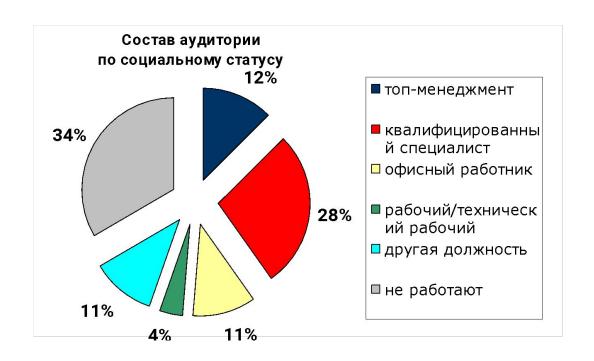


Состав просмотров по наличию работы





Социальный статус интернет-пользователей







2. Особенности медиапотребления интернет-пользователями Украины



Об исследовании

Исследование проведено в партнерстве с Украинской Ассоциацией Интернет Рекламы (УАИР).

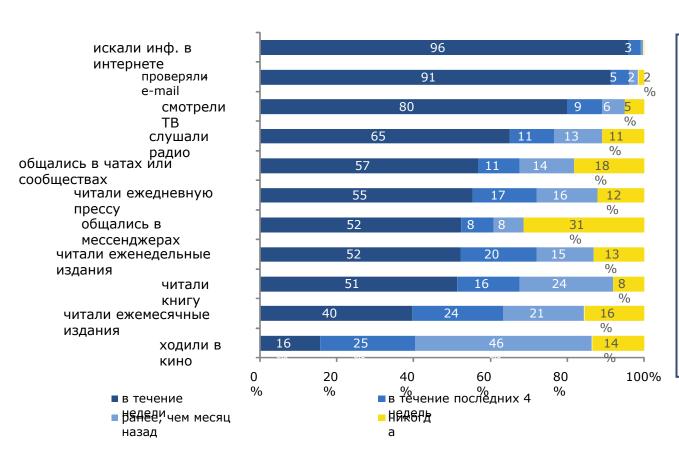
Исследование проведено методом CAWI (computer-assisted web interviewing). Респонденты приглашлись к участию в опросе посредством случайных показов рор-ир анкет посетителям сайтов: **Bigmir-Internet, Meta.ua, Liga.net, Oboz, marketgid.com** и посетителям сайтов, использующих бесплатный счетчик stat.ua. Выбор сайтов для набора респондентов основан на общем охвате и социально-демографическом профиле их пользователей, а также на направленности их контента (не напрямую связаны с темой опроса).

Данные были собраны за период с **15 по 25 апреля 2009**. Итоговая выборка составила 1500 анкет, заполненных украинскими интернет-пользователями 15 лет и старше.



Общее медиапотребление Частота

Когда в последний раз Вы...?



Почти все украинские пользователи интернета искали информацию в интернете и проверяли электронную почту в течение недели, предшествовавшей опросу. Для просмотра ТВ результат ниже на 16%, чем для «онлайнсерфинга». Ок. 2 из 3 пользователей слушали радио в течение недели, предшествовавшей опросу. Менее популярными видами активности является чтение

ежемесячных изданий

и поход в кинотеатр.

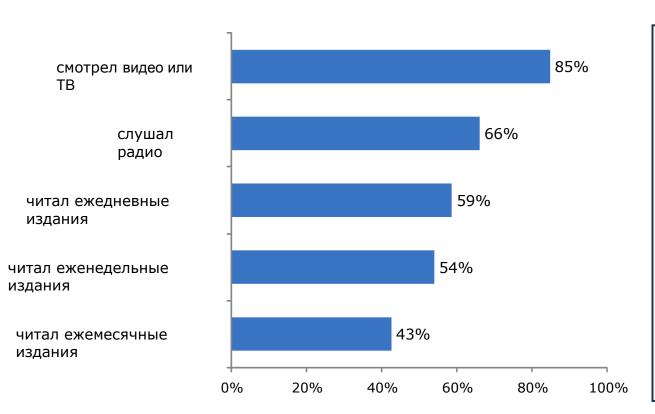
N=1500 - all respondents



Source: gemiusReport, April 2009

Использование «традиционных медиа» в интернете Общее распределение

Вы когда-нибудь ... ? Процент положительных ответов

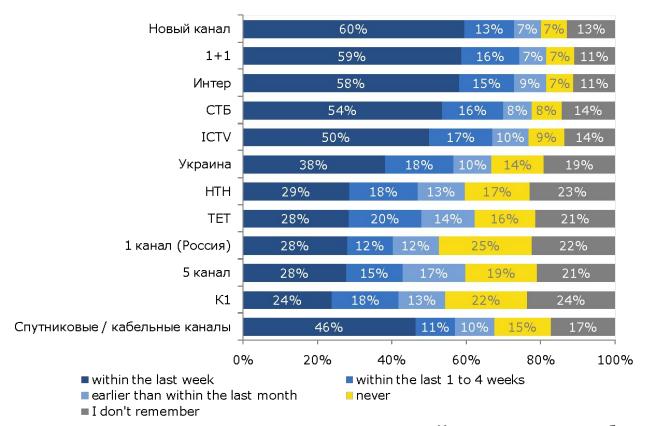


Более четырех из пяти интернет-пользователей Украины смотрели в интернете ТВ или видео. На втором месте – прослушивание радио онлайн, чтение электронных версий ежедневных газет немногим менее популярно.Более половины респондентов также читали еженедельные журналы в интернете. Наименьшее, но все же высокое число пользователей читают ежемесячные журналы онлайн - 40%.



Телевидение ТВ к_{аналы}

Когда в последний раз Вы смотрели перечисленные телеканалы?



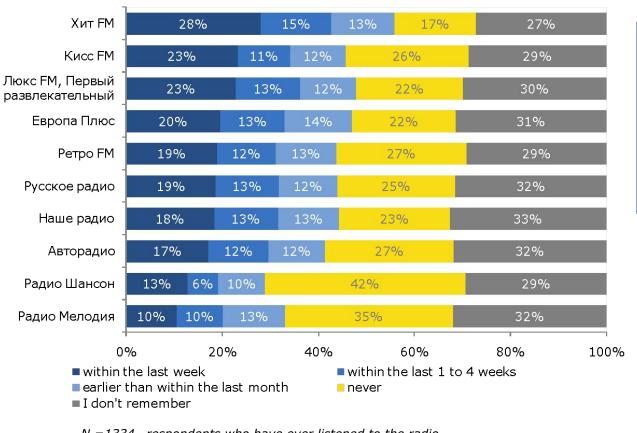
Среди украинских пользователей, которые когдалибо смотрели телевизор, Новый канал, 1+1 и Интер являются бесспорными лидерами в рейтинге протестированных каналов. Трое из пяти пользователей смотрели каждый из них в течение недели, предшествовавшеі опросу.

Каналы для опроса выбраны на основании рейтинга GfK Украина январь 2009

Gemiu

Радио Станции

Когда в последний раз Вы слушали перечисленные радиостанции?



Среди 10 радиостанций почти три из десяти пользователей указали слушали XиT FM в течение недели, предшестовавшей опросу. Следующими с индикаторами на уровне 23% оказались Кисс FM и Люкс FM,

Первый развлекательный

> Каналы для опроса выбраны на основании рейтинга MMI Украина 2008/3 + 2008/4 – Радио

N=1334- respondents who have ever listened to the radio



Source: gemiusReport, April 2009

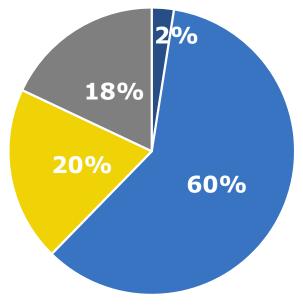
3. Отношение пользователей к рекламе онлайн



Общее отношение к онлайн рекламе

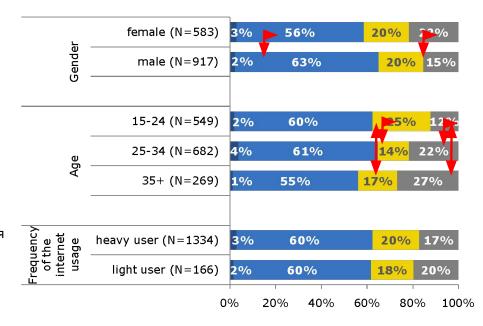
Доверие к онлайн рекламе

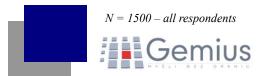




- Интернет-реклама правдива, ей можно доверять
- Интернет-реклама не всегда правдива
- Интернет-реклама заведомо ложна и доверять ей нельзя
- Не знаю/ трудно сказать

Большинство респондентов выказывают частичное доверие к онлайн рекламе – 60% из них считают, что иногда реклама правдива, иногда – нет. Только каждый пятый респондент считает, что интернет-реклама правдива и ей можно доверять.

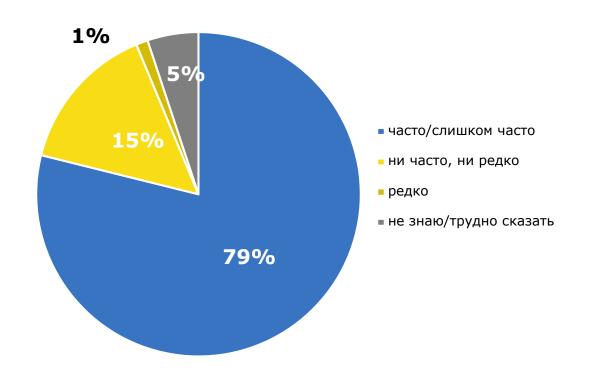




Source: gemiusReport, April 2009

Общее отношение к онлайн рекламе Мнение о частоте появления рекламы

По Вашему мнению, реклама в интернете появляется...

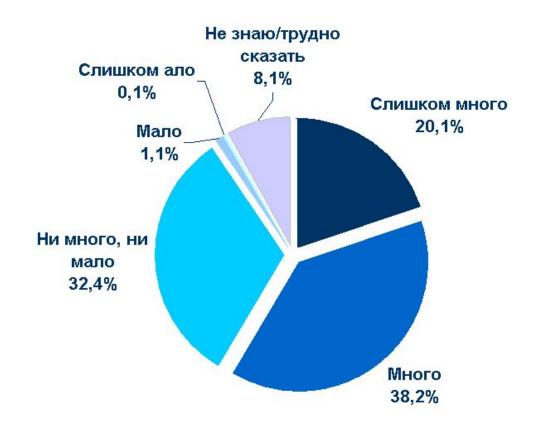


Почти четыре из пяти интернет-пользователя Украины считают, что реклама появляется слишком часто. Только 15% респондентов считают частоту появления рекламы нормальной.



Частота демонстрации рекламы – май 2006 г.

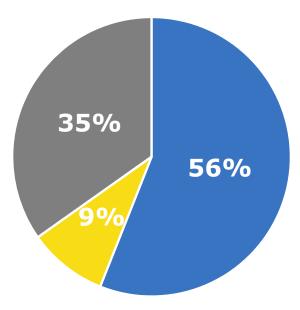
'Считаете ли Вы, что рекламы в интернете...?'





Общее отношение к онлайн рекламе

Онлайн реклама или платный контент?



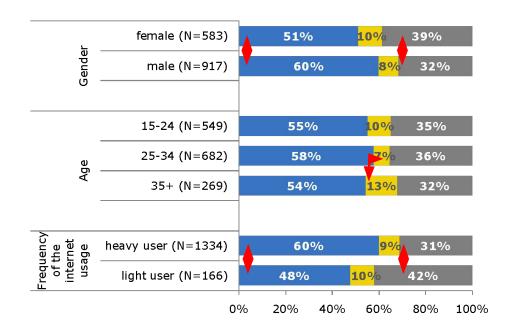
- Я воспринимаю рекламу как «плату» за доступ к
- ЯНЙДУДПОЧИТАЮ ЗАПЛАТИТЬ ЗА ДОСТУП К САЙТУ, нежели видеть рекламу
- Не знаю/трудно сказать

N = 1500 - all respondents

С каким из двух утверждений Вы согласны?

(в целом и по полу, возрасту и частоте пользования интернетом)

Более 1/2 интернет-пользователей принимают рекламу как плату за свободный доступ к сайтам. Только 9% предпочли бы платить за возможность пользоваться интернетом без рекламы.



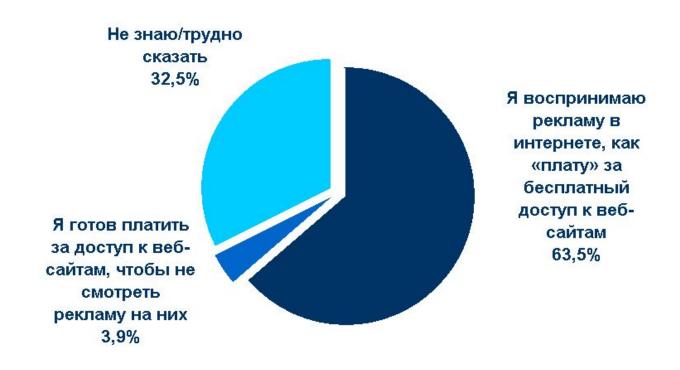


Source: gemiusReport, April 2009

Онлайн-реклама как «цена» свободного доступа к веб-сайтам май 2006 г.

Размер аудитории 3,12 млн. (real users)

С какими из представленных утверждений Вы согласны?'





Характеристики рекламы в различных медиа Подробный частотный анализ

Для каждого типа рекламы отметьте, пожалуйста, характеристики, с которыми Вы согласны

		Интернет	ТВ	Почтовая рассылка	Пресса	Радио	Наружная	В кино
Negative Statements statements	Информативна	26%	19%	10%	30%	16%	17%	7%
	Оригинальна/креативна	23%	22%	3%	9%	11%	21%	10%
	Поощряет к приобретению товара/услуги	18%	22%	7%	15%	8%	17%	5%
	Интересна	19%	18%	4%	12%	9%	16%	11%
	Приятно смотреть/слушать	9%	16%	2%	8%	12%	17%	11%
	Я доверяю такой рекламе	8%	11%	3%	10%	5%	8%	4%
	Непонятна	11%	10%	18%	11%	14%	11%	12%
	Скучная	16%	20%	25%	26%	23%	18%	15%
	Раздражает	39%	55%	55%	18%	35%	18%	41%
	Ничего из перечисленного	19%	16%	20%	23%	21%	23%	24%

Наивысший процент для каждого из утверждений выделен цветом.

Сумма ответов не составляет 100%, т.к. допустим множественный выбор.

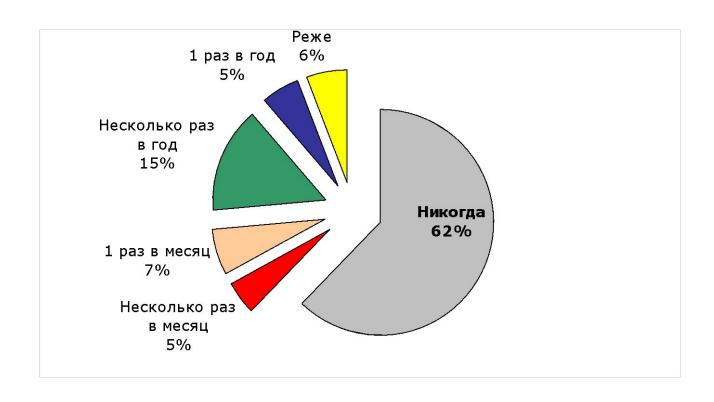


4. Онлайн покупатели Украины





Е-коммерция: частота покупок по интернету



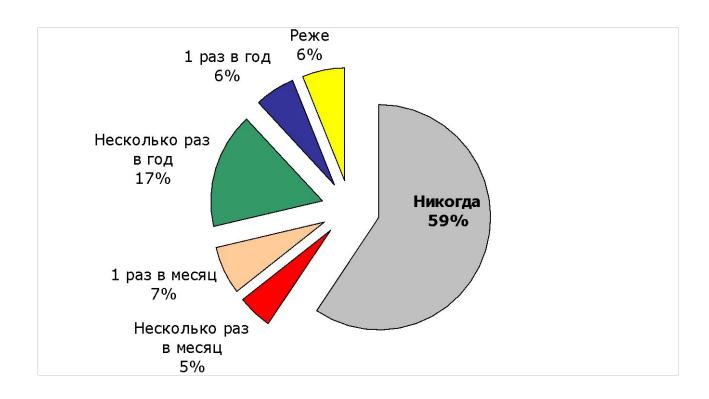
Источник: gemiusAudience, 02.2009

В феврале 2008 доля покупателей составляла чуть более 31%





Е-коммерция: частота покупок по интернету



Источник: gemiusAudience, 04.2009



Покупатели по регионам. апрель 2009

	HEI	<u> ДА</u>
Киев 🙀	35,98%	64,02%
Киевская 🏠	53,42%	46,58%
Волынская	68,93%	31,07%
Черкасская	69,29%	30,71%
Житомирская	73,07%	26,93%
Ровенская	73,47%	26,53%
Николаевская	74,61%	25,39%
Днепропетровская	74,82%	25,18%
Тернопольская	75,56%	24,44%
Одесская	75,89%	24,11%
Винницкая	76,13%	23,87%
Крым	76,14%	23,86%
Закарпатская	76,56%	23,44%
Полтавская	77,11%	22,89%

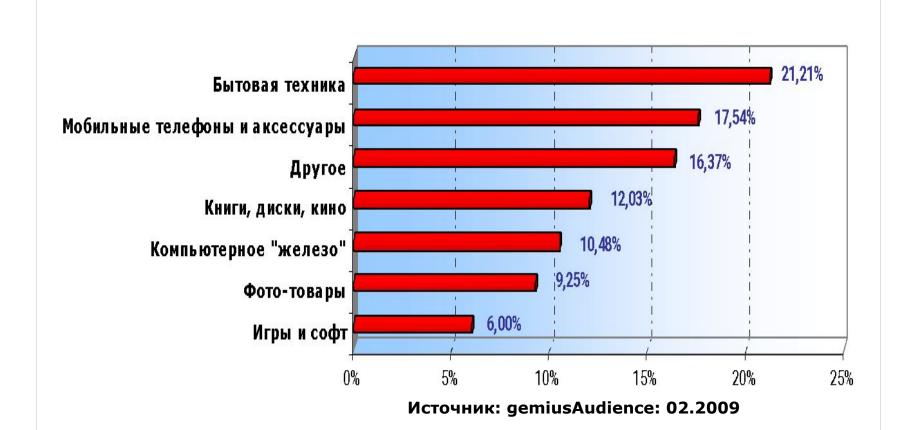
	<u>HET</u>	ДА
Хмельницкая	78,03%	21,97%
Львовская	78,18%	21,82%
Луганская	78,24%	21,76%
Ивано-Франковская	78,29%	21,71%
Сумская	78,37%	21,63%
Харьковская	78,61%	21,39%
Херсонская	78,74%	21,26%
Черниговская	78,78%	21,22%
Кировоградская	78,82%	21,18%
Донецкая	79,17%	20,83%
Черновицкая	79,24%	20,76%
Запорожская	79,47%	20,53%

Источник: gemiusAudience: 04.2009





Приобретаемые по Интернету товары



непопулярна более "профессиональная техника": фотооборудование и компьютерные комплектующие.



Склонность покупать в интернете

	нет	да
топ-менеджмент	45,40%	54,60%
квалифицированный специалист	50,57%	49,43%
офисный работник	54,49%	45,51%
рабочий/технический рабочий	71,09%	28,91%
другая должность	62,58%	37,42%
не работают	71,14%	28,86%



Спасибо.

gemius.com.ua contact@gemius.com.ua

Май, Киев, 2009

