

Аудитория украинского интернета: статистика и тенденции

Дмитрий Лысюк
Gemius Ukraine

ИМУ, Киев, 2009 г.

План

1. Аудитория Уанета, gemiusAudience, апрель 2009 г.
2. Особенности медиапотребления интернет-пользователями Украины
3. Отношение пользователей к рекламе онлайн

1. Аудитория интернета Украины обзор

gemiusAudience, апрель 2009 г.

- Охват исследования: 72,2% украинских пользователей интернета.
- В отчете представлены 207 сайтов.
- Соц-дем отчет составлен на основании 33 485 анкет.

Апрель 2009

7 231 000 чел. (real users)

Март 2009

7 319 000 чел. (real users)

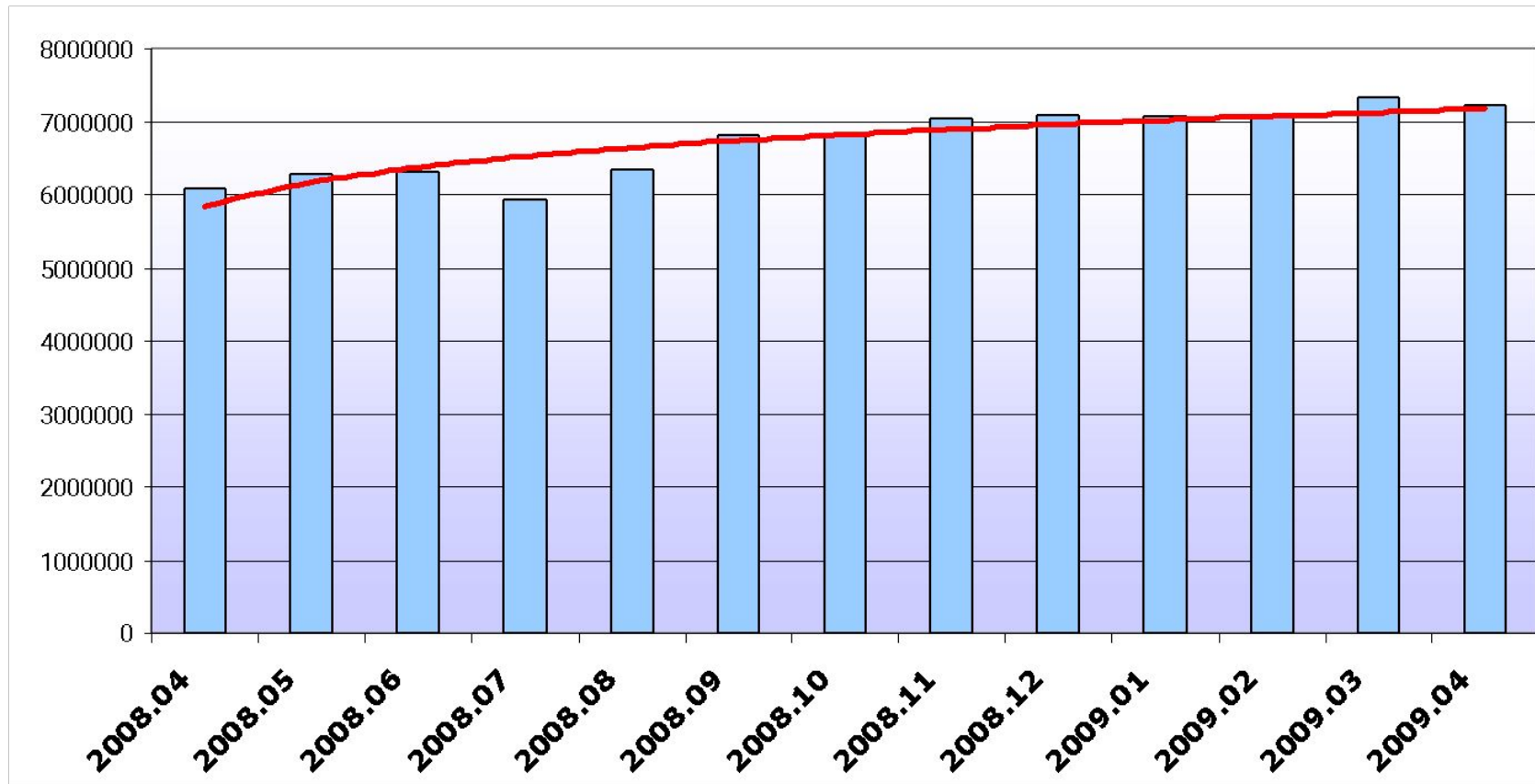
Апрель 2008

ок. 6 076 000 чел. (real users)

**source: gemiusAudience, 04.2008,
03.2009, 04.2009**

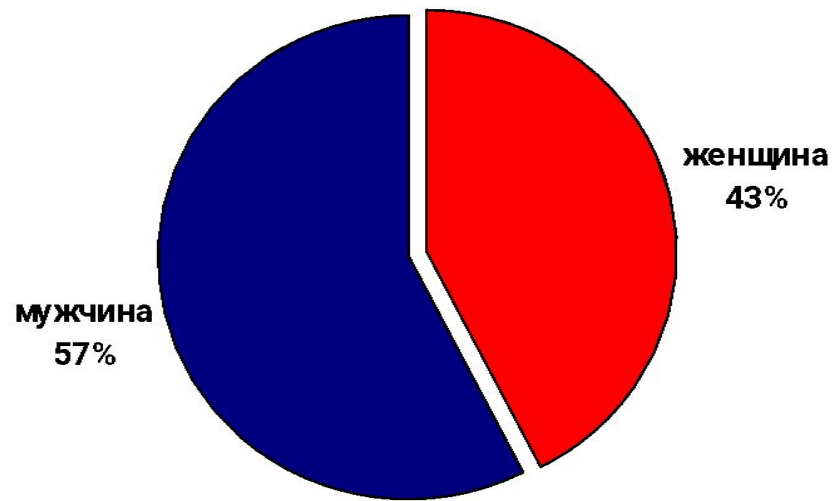
Онлайн аудитория Украины за год: стабильный рост

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

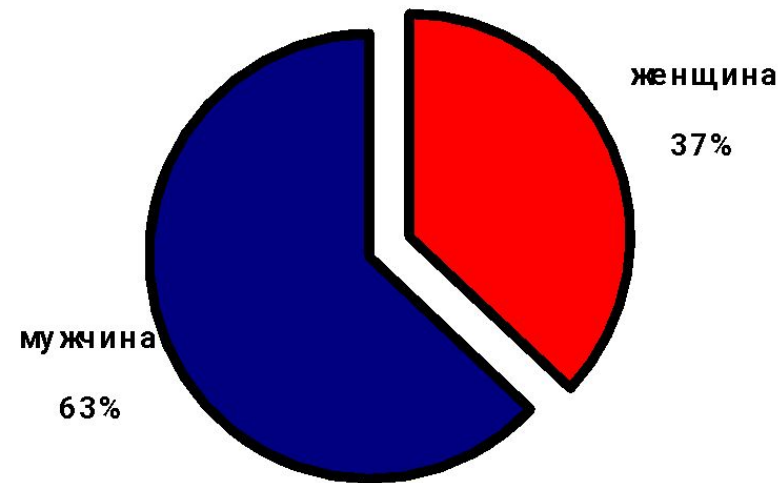


source: gemiusAudience,
04.2008-04.2009

Состав аудитории по полу

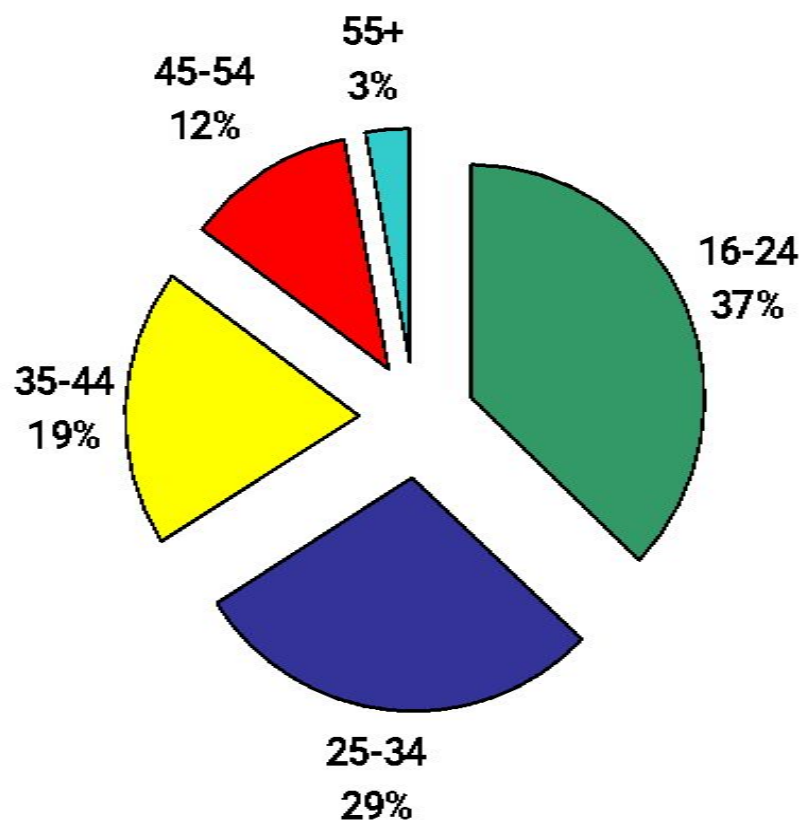


Состав просмотров по полу

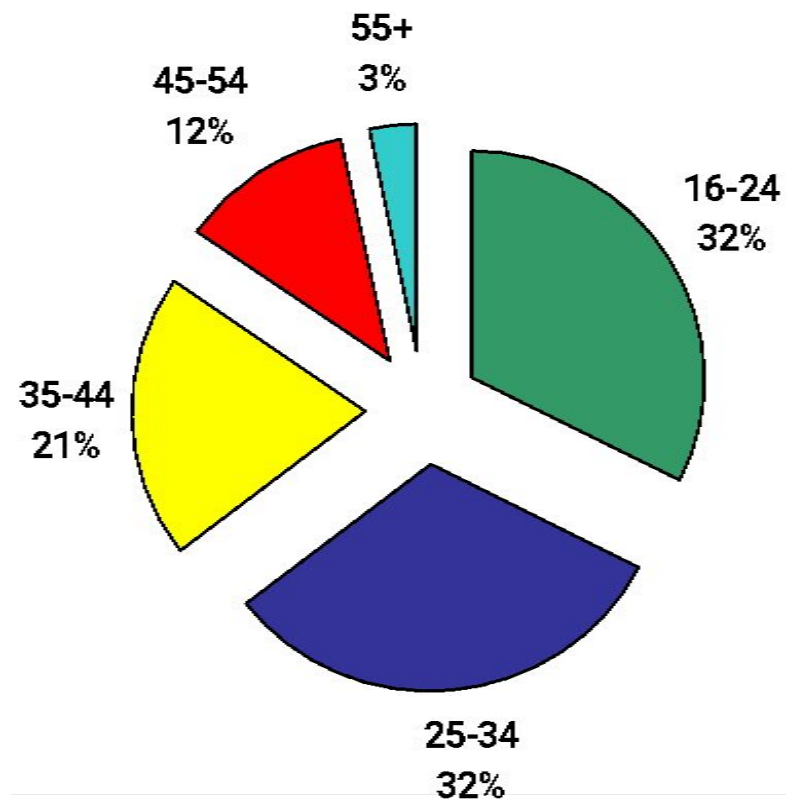


source: gemiusAudience, 04.2009

Состав аудитории по возрасту

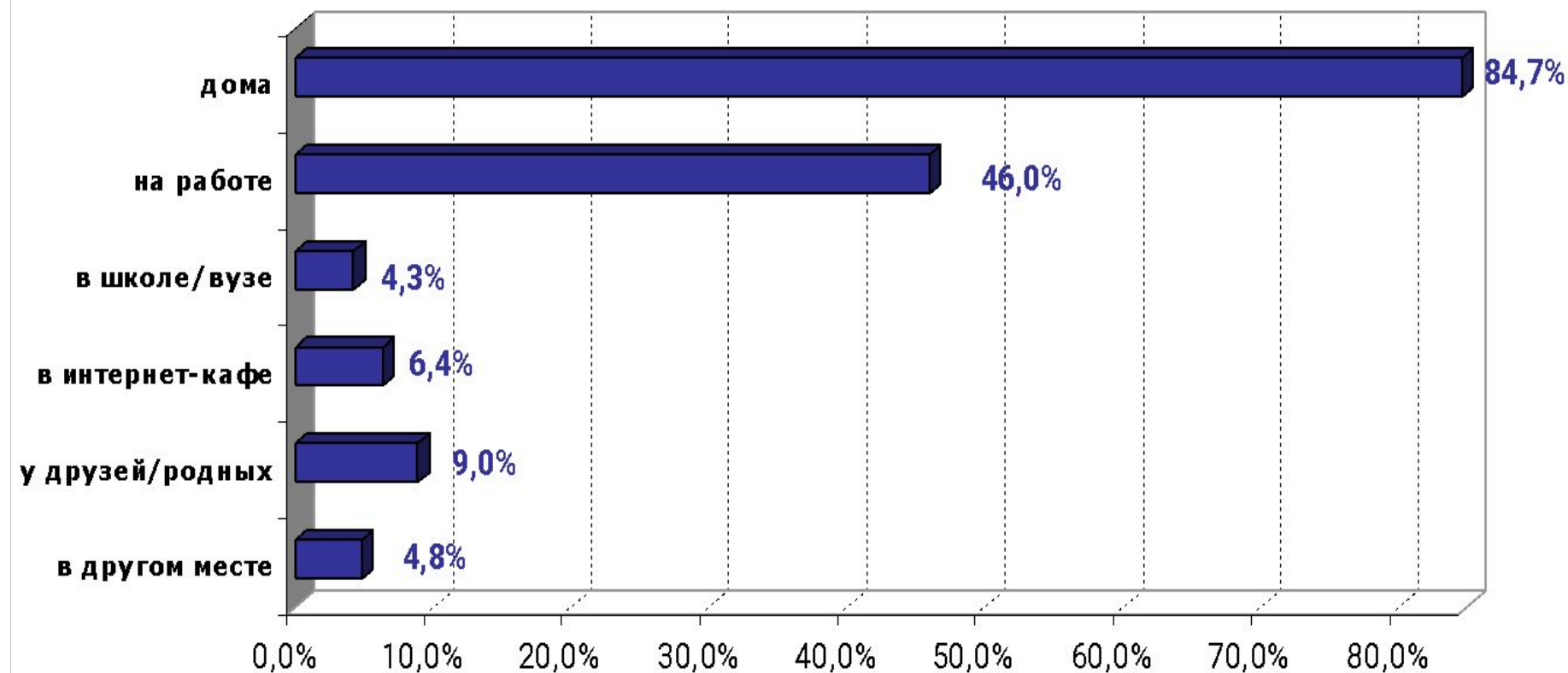


Состав просмотров по возрасту



source: gemiusAudience, 04.2009

Где у пользователей есть возможность выхода в интернет в течение месяца



source: gemiusAudience, 04.2009

Состав аудитории по регионам

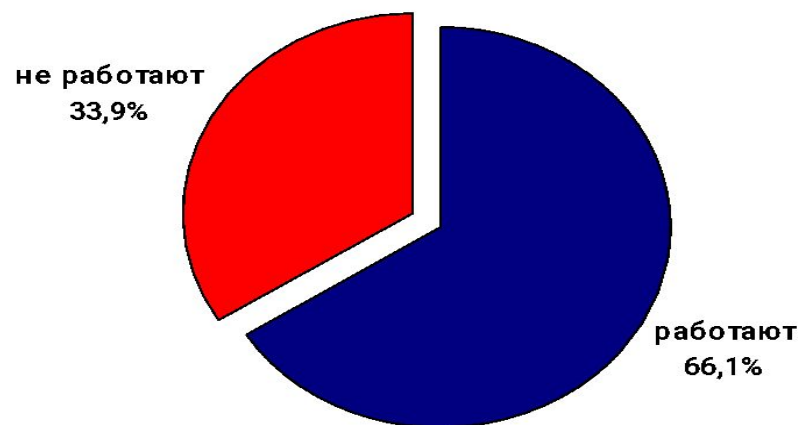


Топ-5 регионов по активности пользователей

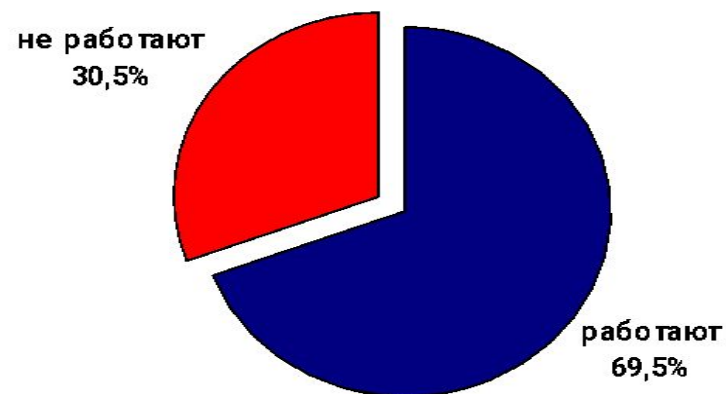
Область	Ср. число просмотров на посетителя	Ср. время на посетителя [ч: мин:сек]
Киев	173,3	3:51:49
Тернопольская	166,38	3:24:28
Волынская	163,99	3:15:25
Ивано-Франковская	155,07	3:03:44
Киевская	137,83	3:13:32

source: gemiusAudience, 04.2009

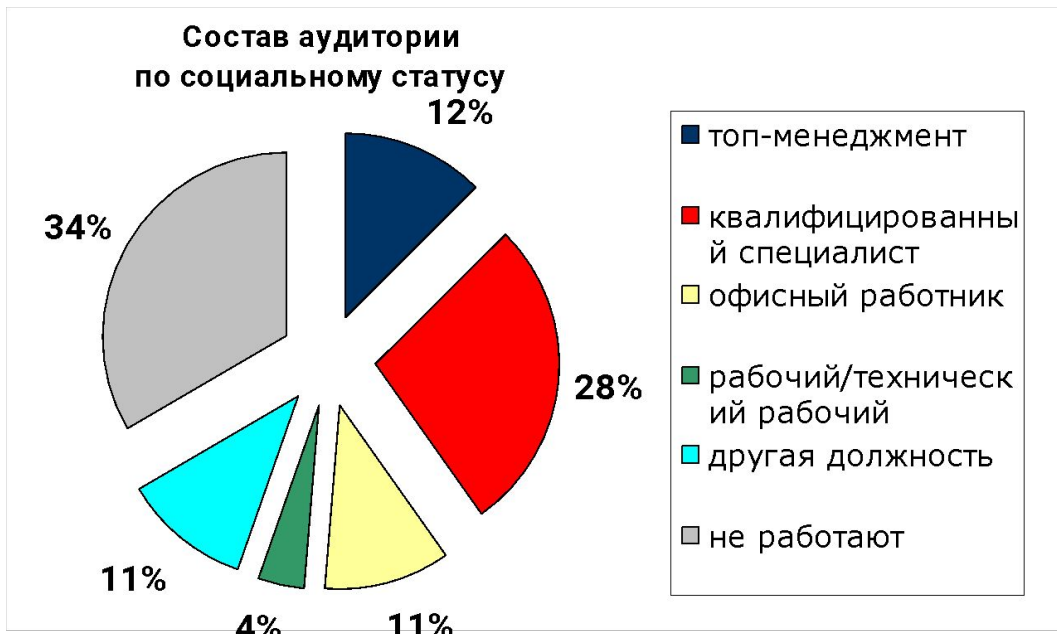
Состав аудитории по наличию работы



Состав просмотров по наличию работы

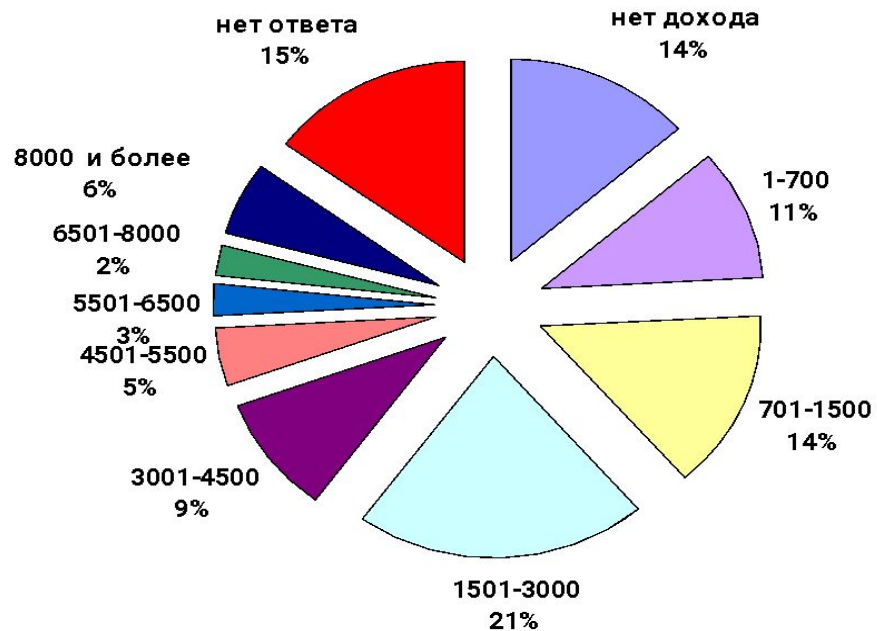


source: gemiusAudience, 04.2009

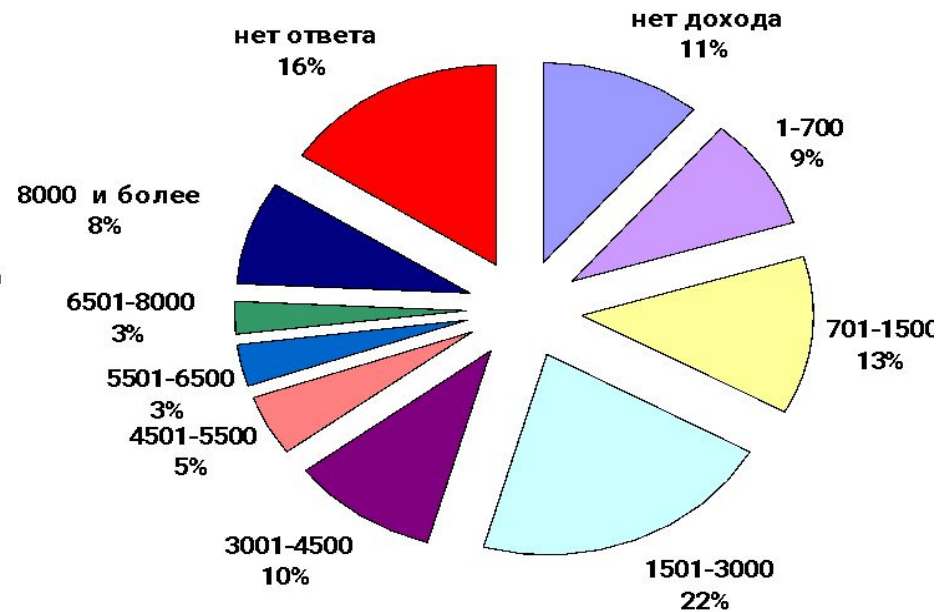


source: gemiusAudience, 04.2009

Состав аудитории по уровню дохода (гривен в месяц)



Состав просмотров по уровню дохода (гривен в месяц)



source: gemiusAudience, 04.2009

1. Особенности медиапотребления интернет-пользователями Украины

Об исследовании

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

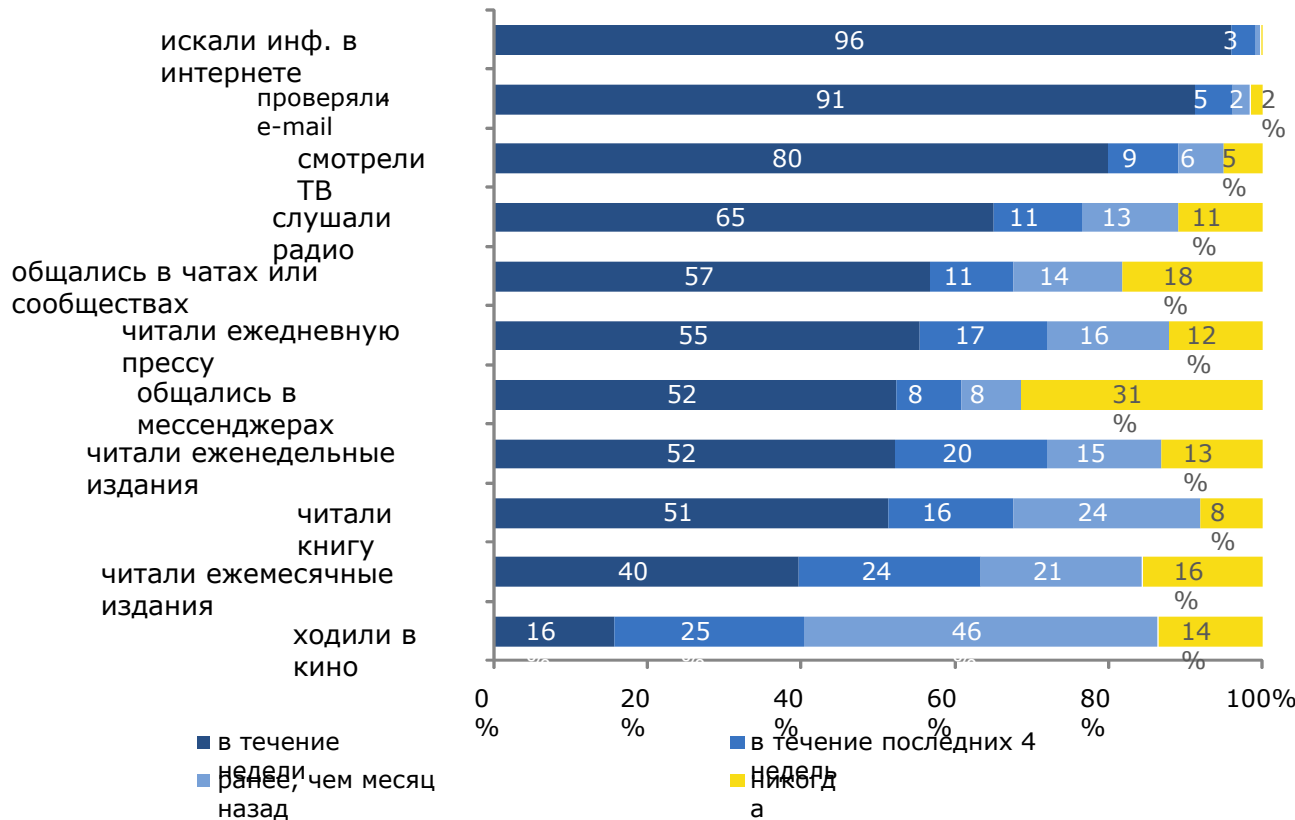
Исследование проведено методом CAWI (computer-assisted web interviewing). Респонденты приглашались к участию в опросе посредством случайных показов pop-up анкет посетителям сайтов: **Bigmir-Internet, Meta.ua, Liga.net, Oboz, marketgid.com** и посетителям сайтов, использующих бесплатный счетчик stat.ua. 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 «онлайн-серфинга». Ок. 2 из 3 пользователей слушали радио в течение недели, предшествовавшей опросу.

Менее популярными видами активности является чтение еженедельных и ежемесячных изданий и поход в кинотеатр.

N=1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

Общее медиапотребление

Day-after recall

Что из перечисленного Вы делали вчера?



Среди видов деятельности, которыми занимались респонденты за день до заполнения анкеты, самый высокий процент указал поиск информации в интернете и проверку электронной почты (74% и 70%).

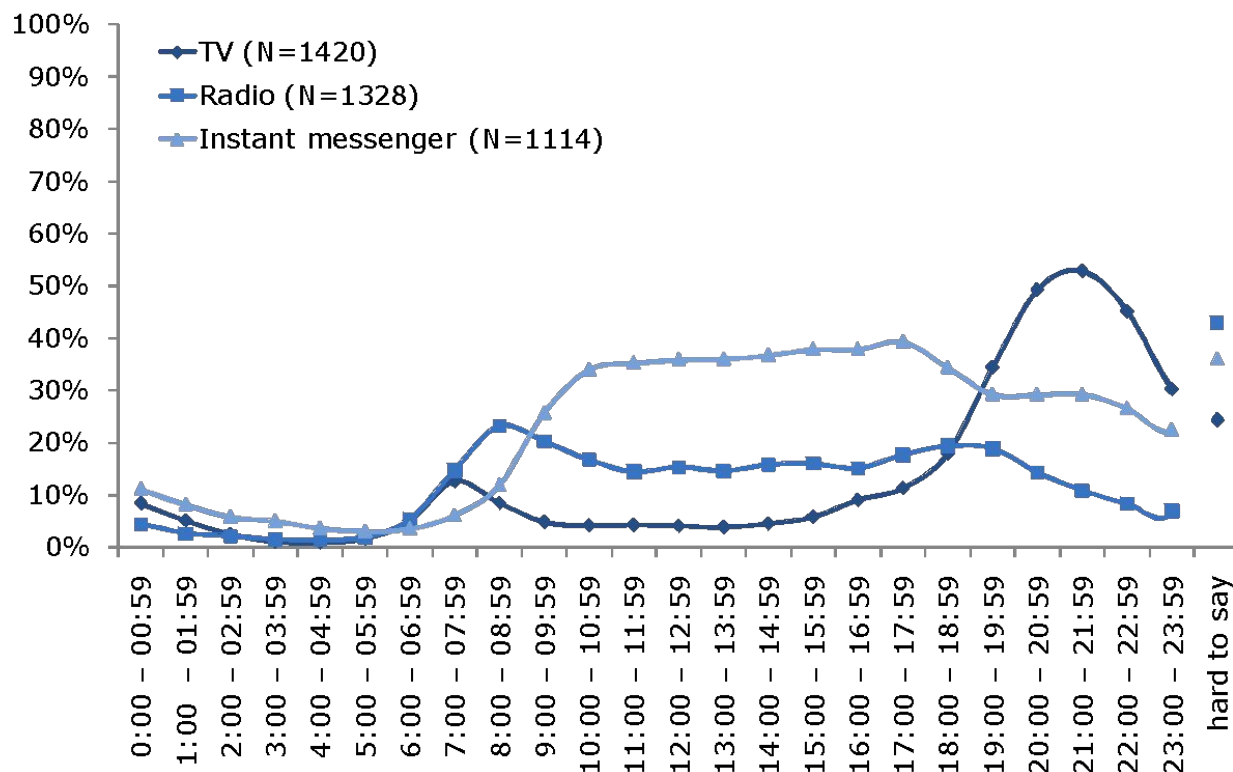
Просмотр ТВ (на третьем месте) указан значительно меньшим процентом респондентов (49%).

N = 1500 - all respondents

Общее медиапотребление

Часы использования в рабочие дни

В какие часы Вы обычно ... смотрите ТВ, слушаете радио, общаетесь в мессенджерах?



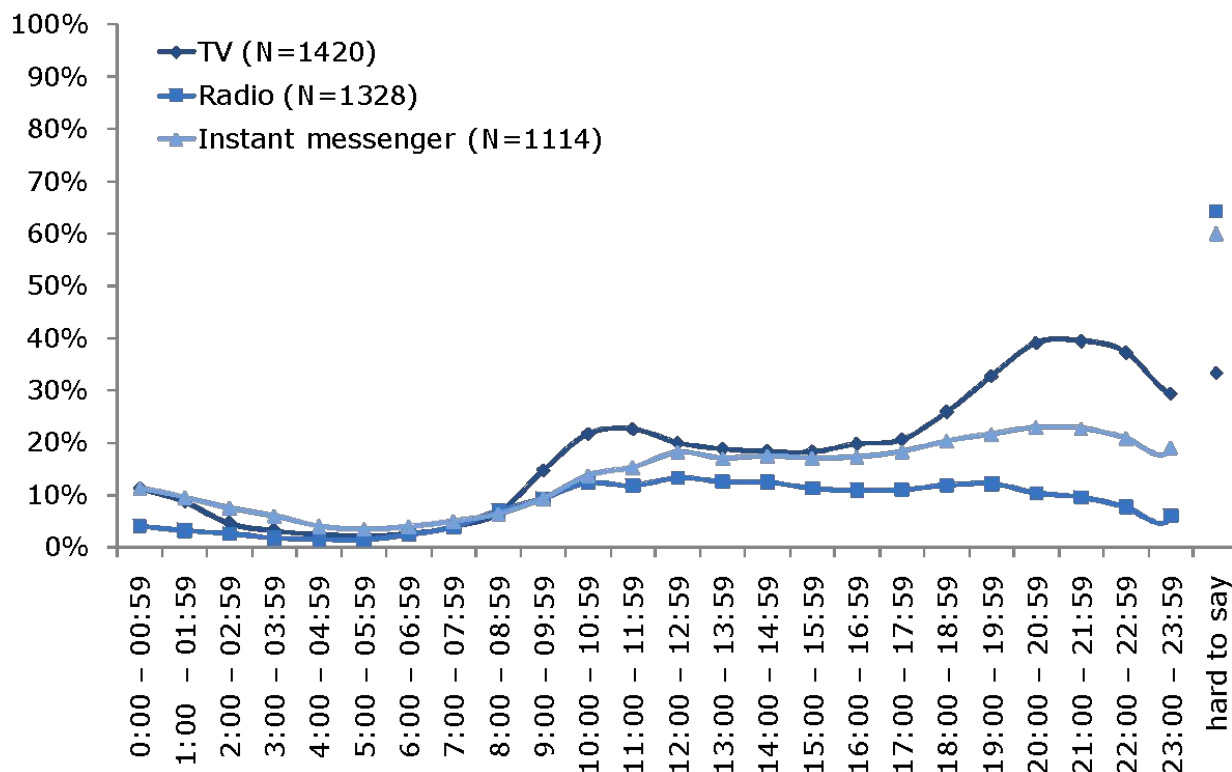
Распределение по часам для ТВ, радио и общению в мессенджерах в рабочие дни показывает, что самый высокий процент пользуется мессенджерами утром и днем. Модели телесмотрения и радиослушания значительно отличаются от пользования мессенджерами: самый высокий уровень – вечером; а 15-20% пользователей слушают радио также и днем.

N – респонденты, которые указали, что проводили такую активность в течение последних 3-4 недель

Общее медиапотребление

Часы использования в выходные и праздники

В какие часы Вы обычно... смотрите ТВ, слушаете радио, общаетесь в мессенджерах?



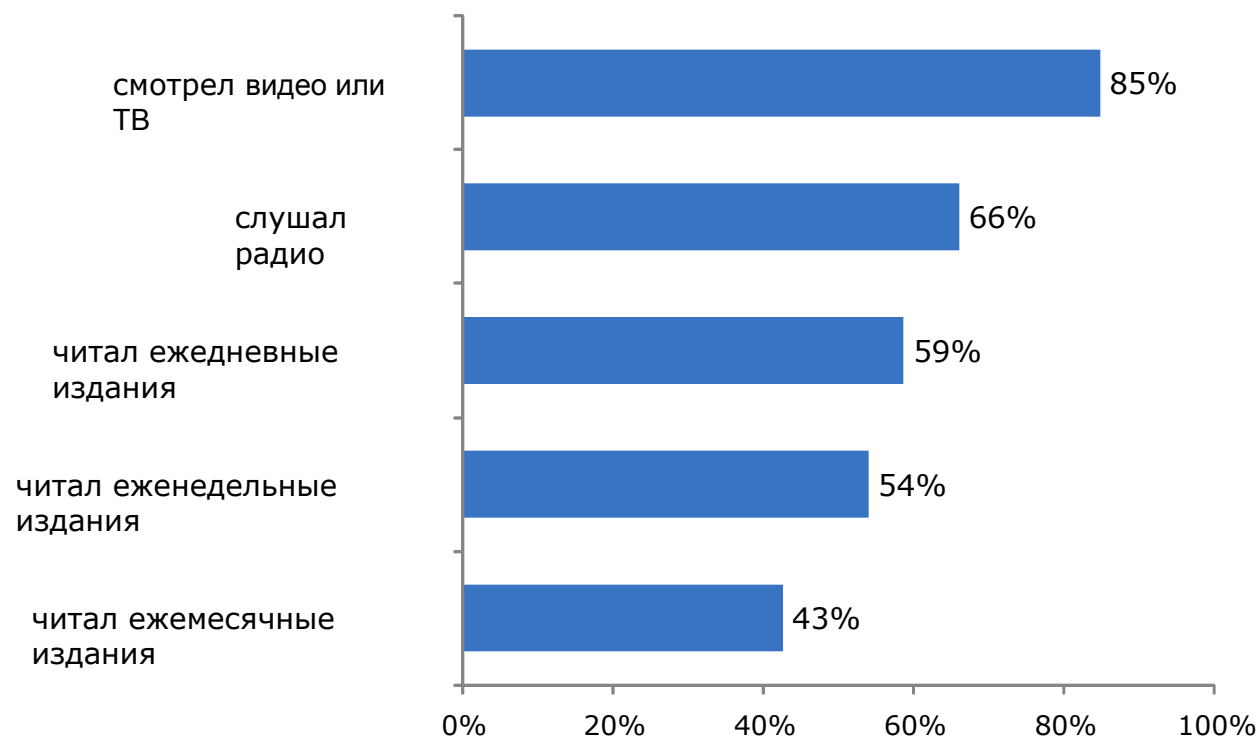
Сравнительное распределение по ТВ, радио и мессенджерам по времени суток в нерабочие дни показывает радио слушают примерно на одинаковом уровне с небольшим ростом перед полуднем, в то время как ТВ и мессенджеры используются в основном днем и вечером. Просмотр ТВ – ведущий вечерний вид деятельности (об этом заявили ок. 40-45% респондентов).

N – респонденты, которые указали, что проводили такую активность в течение последних 3-4 недель

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%.

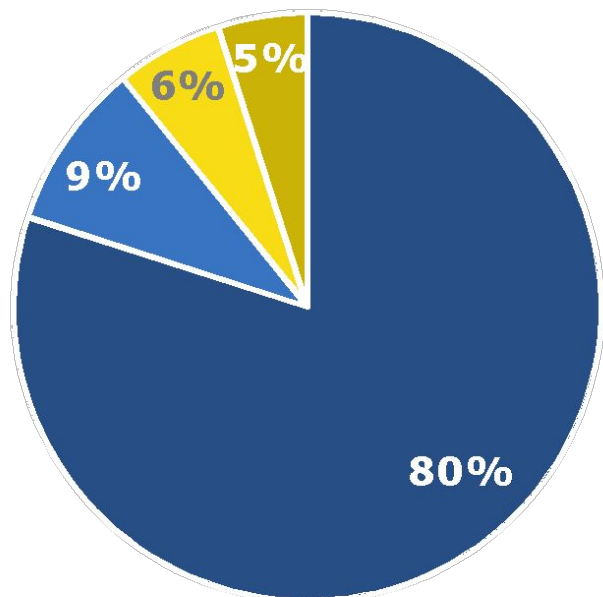
N = 1500 – all respondents

Телевидение

Частота просмотра

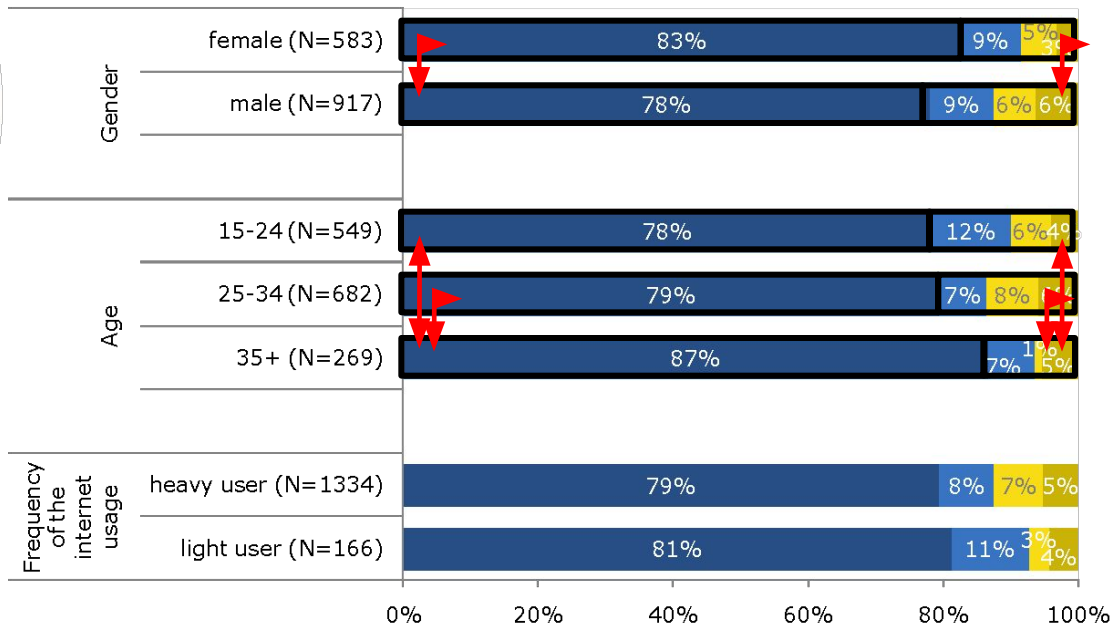
Когда в последний раз Вы смотрели ТВ?

(общий итог и распределение по полу, возрасту и частоте пользования интернетом)



- within the last week
- within the last 1 to 4 weeks
- earlier than within the last month
- never

Различия были протестированы на значимость

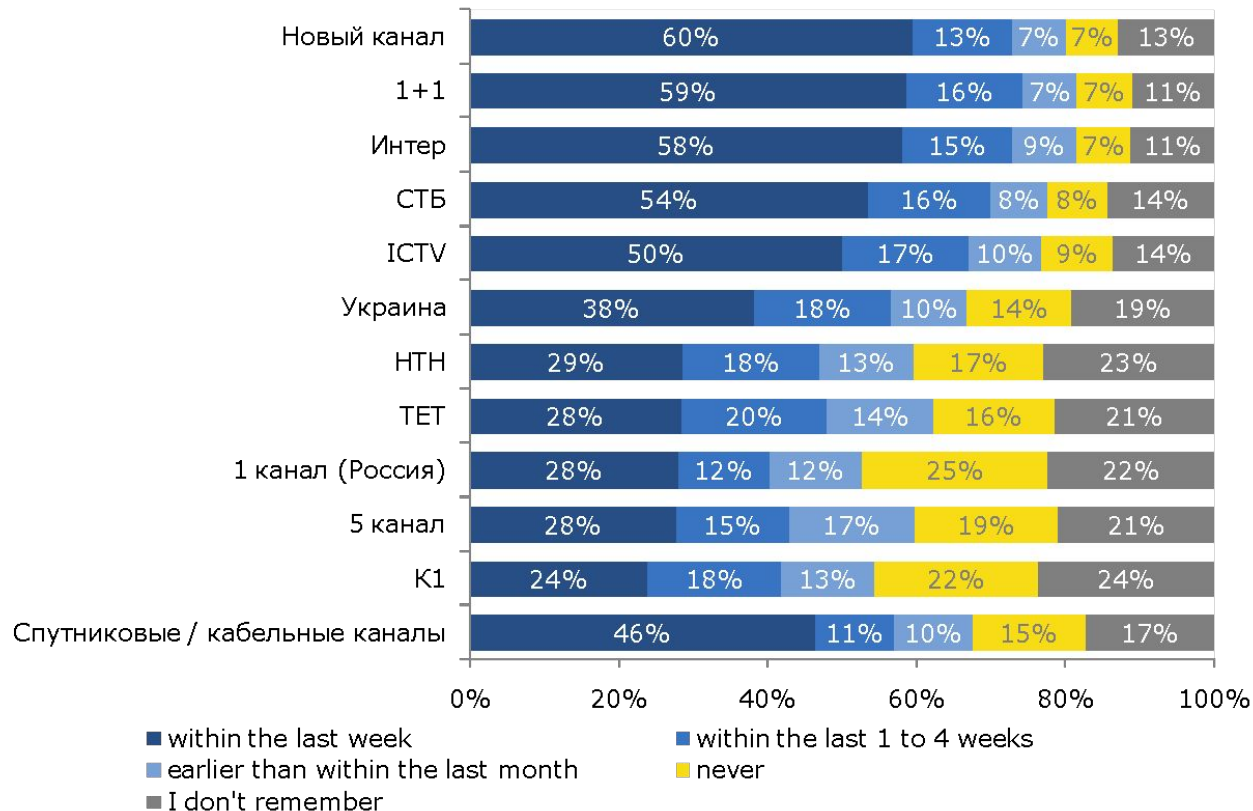


N= 1500 - all respondents

Телевидение

ТВ каналы

Когда в последний раз Вы смотрели перечисленные телеканалы?



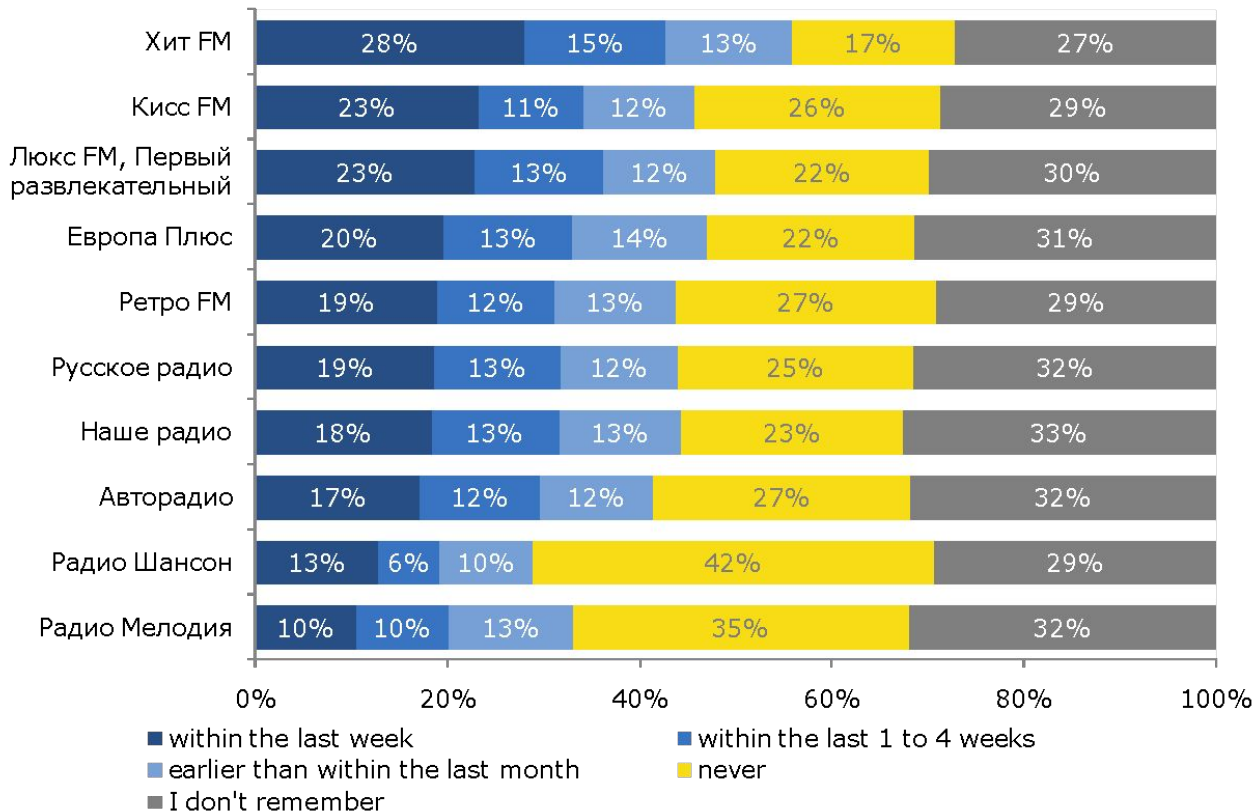
Среди украинских пользователей, которые когда-либо смотрели телевизор, Новый канал, 1+1 и Интер являются бесспорными лидерами в рейтинге протестированных каналов. Трое из пяти пользователей смотрели каждый из них в течение недели, предшествовавшей опросу.

Каналы для опроса выбраны на основании рейтинга GfK
Украина январь 2009

N = 1416- respondents who have ever watched TV

Радио Станции

Когда в последний раз Вы слушали перечисленные радиостанции?



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

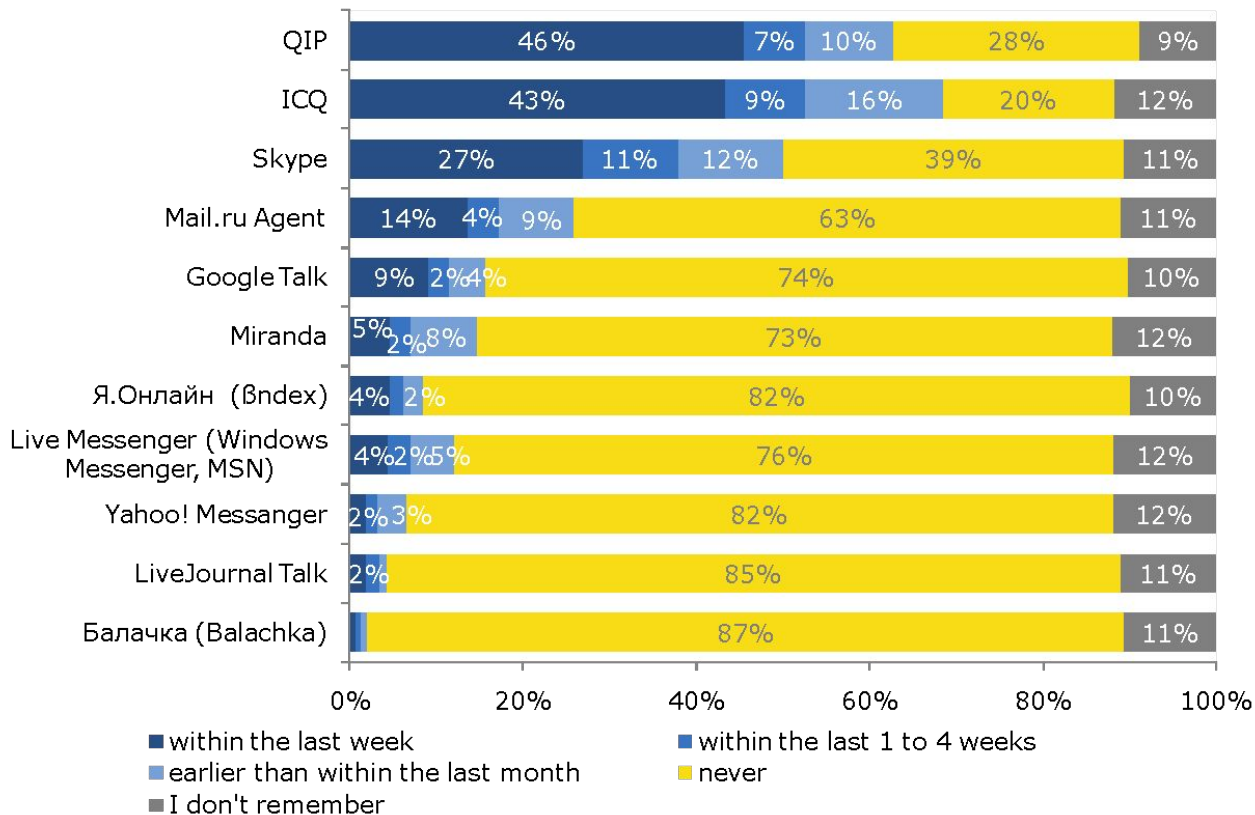
Каналы для опроса выбраны на основании рейтинга MMI Украина 2008/3 + 2008/4 – Радио

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

Source: gemiusReport, April 2009

Мессенджеры Бренды

Когда в последний раз Вы пользовались перечисленными мессенджерами?



Неоспоримые лидеры в категории брендов мессенджеров - QIP (46%) и ICQ (43%) . Примерно 1 из 4 интернет-пользователей Украины использовали Skype (27%) в течение недели перед опросом. Четвертое место занимает Mail.ru Агент (14%).

N = 1106 - respondents who have ever used instant messengers

Source: gemiusReport, April 2009

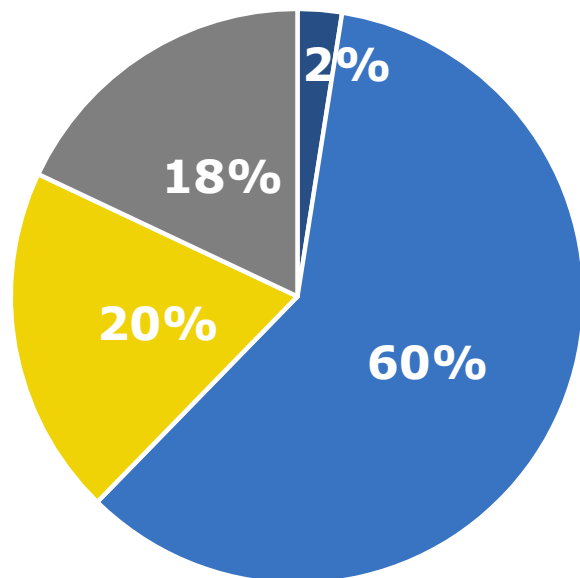
3. Отношение пользователей к рекламе онлайн

Общее отношение к онлайн рекламе

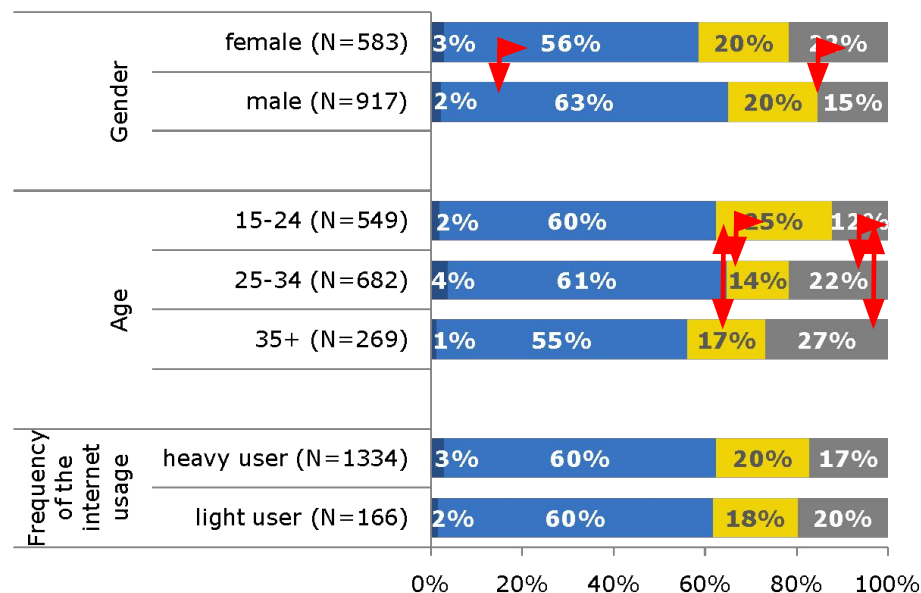
Доверие к онлайн рекламе

С каким из данных утверждений Вы согласны больше всего?

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.



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



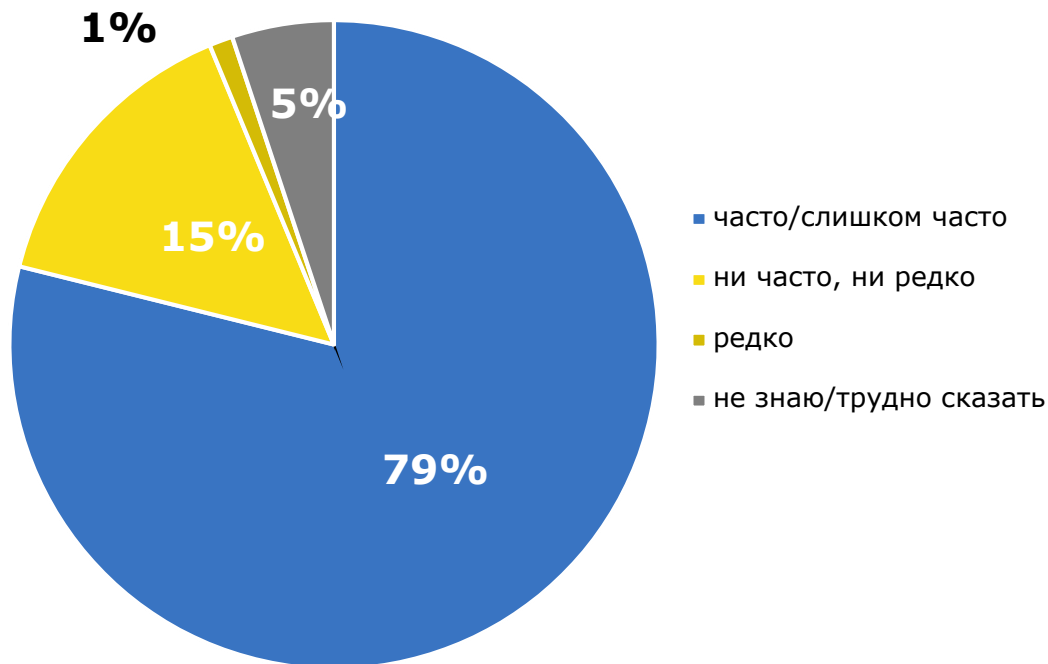
N = 1500 – all respondents

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.

N = 1500 – all respondents

Частота демонстрации рекламы – май 2006 г.

‘Считаете ли Вы, что рекламы в интернете...?’



Source: gemiusReport, May 2006

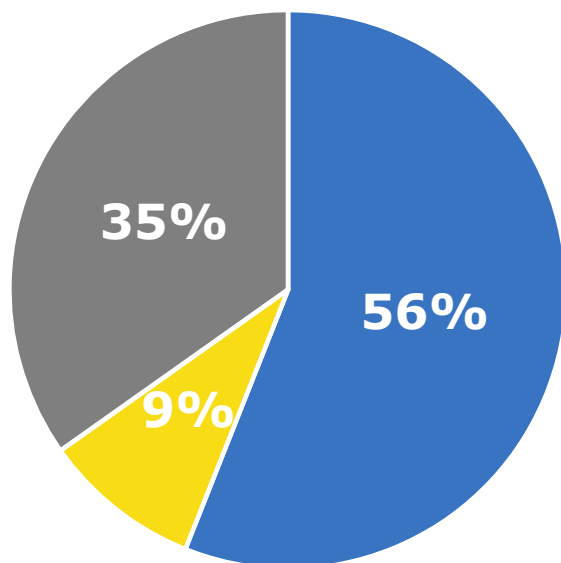
Общее отношение к онлайн рекламе

Онлайн реклама или платный контент?

С каким из двух утверждений Вы согласны?

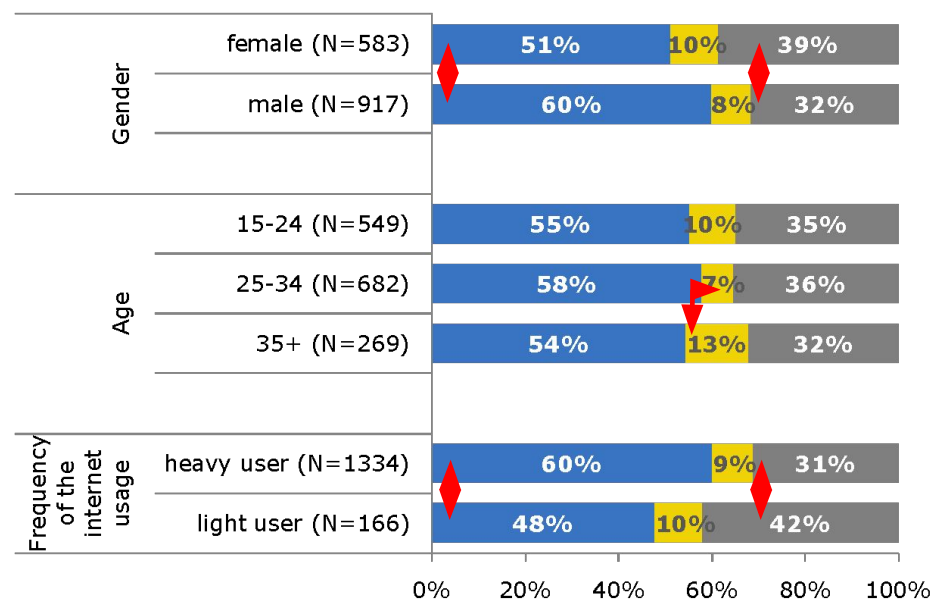
(в целом и по полу, возрасту и частоте пользования интернетом)

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.



- Я воспринимаю рекламу как «плату» за доступ к сайту
- Я предпочитаю заплатить за доступ к сайту, нежели видеть рекламу
- Не знаю/трудно сказать

N = 1500 – all respondents

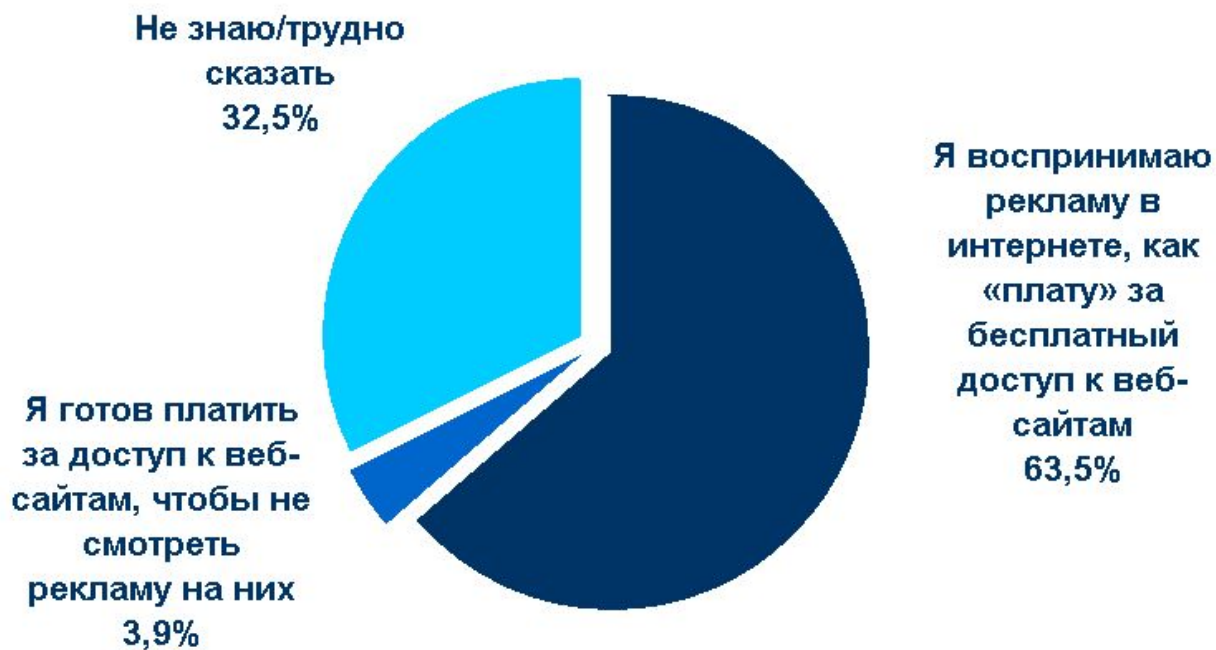


Source: gemiusReport, April 2009

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?



Source: gemiusReport, May 2006

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
Positive 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%
Negative statements	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.

Анонс

Завтра на малой сцене в секции «Исследования в Интернетe: онлайн-, оффлайн-, медиа-измерения» Gemius более подробно представит результаты этих исследований.

Добро послушать.

**Поздравляю!
Спасибо.**

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

Май, Киев, 2009