



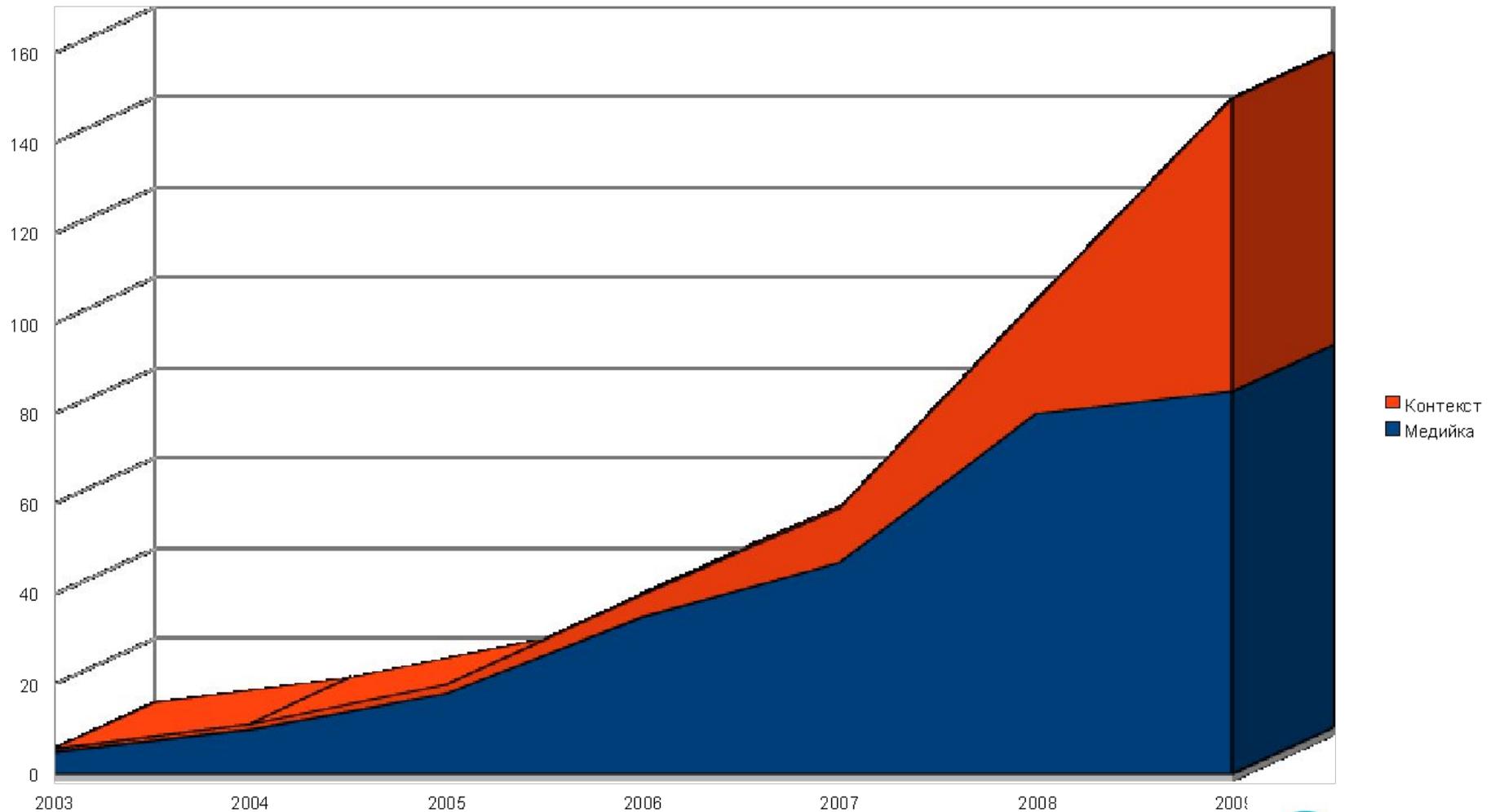
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Рынок интернет рекламы и аудитория

Рынок интернет рекламы.

Млн гривен.

2009 медийка 85 млн гривен

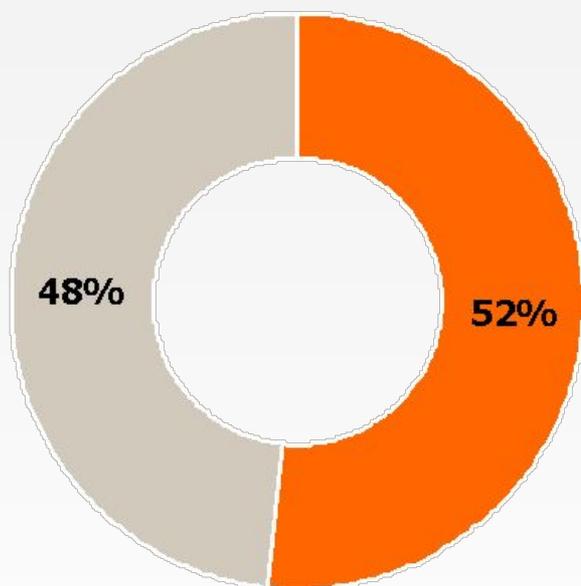


Размер Интернет-аудитории

Результаты установочного исследования, % респондентов

3

Все города 50+, 2009



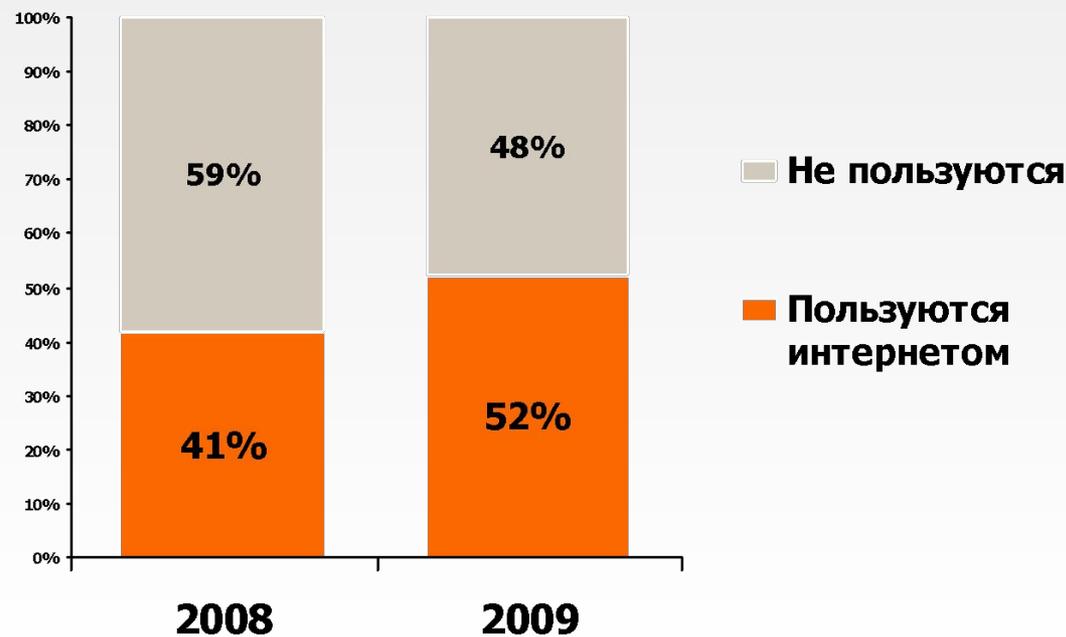
Пользуются интернетом

Не пользуются

Доля пользователей Интернета определена на основе вопроса: «Пользуетесь лично Вы Интернетом?»

Всего, в городах с населением более 50 тыс. человек проживает 15 969 тыс. человек в возрасте 14-65.

Таким образом, число пользователей Интернета составляет 8 250 тыс. человек (+ 1 613 тыс. по сравнению с 2008 годом).

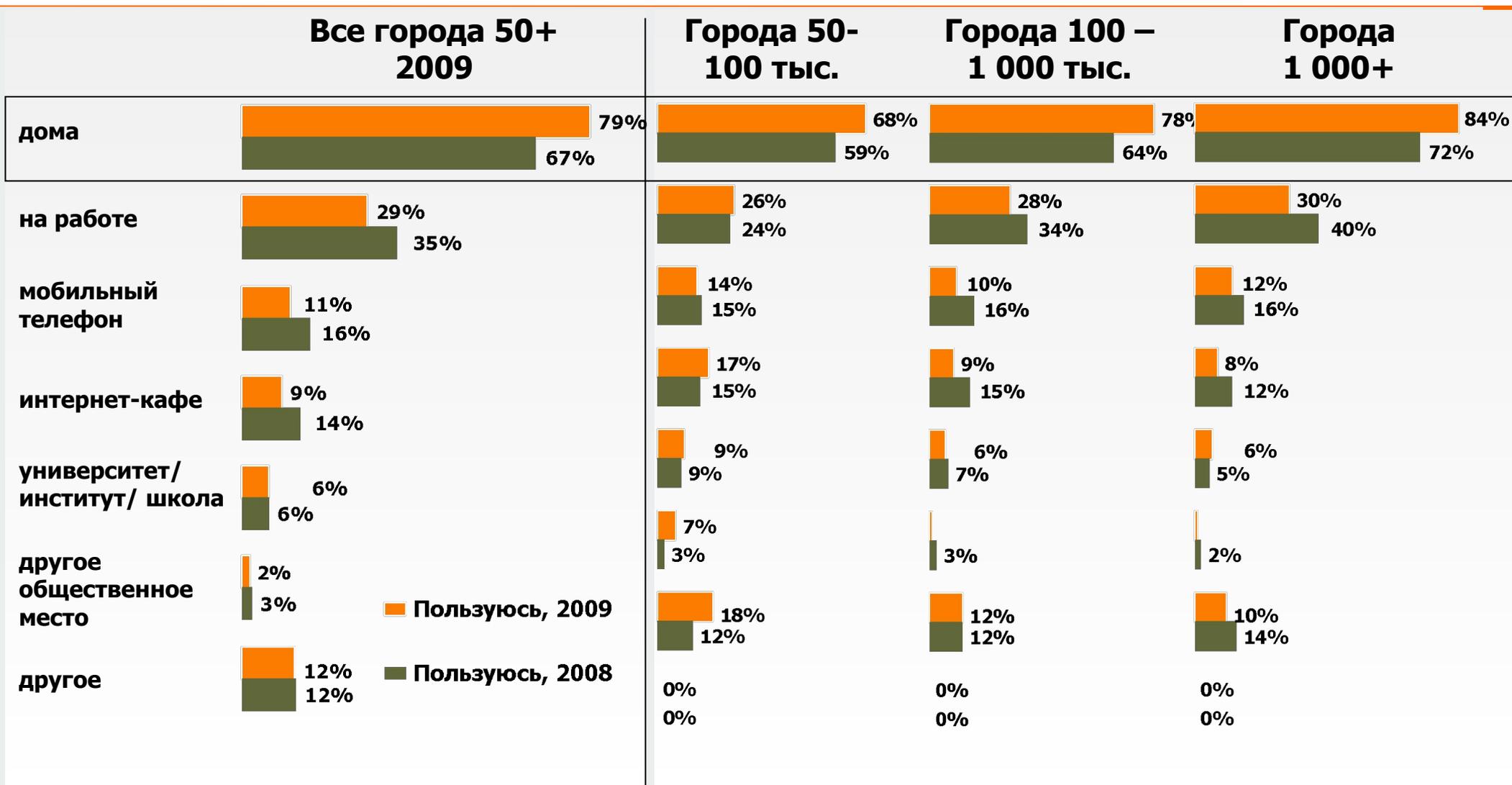


N (города 50+, 2008): 2991

N (города 50+, 2009): 3055

Место доступа к Интернету. 2008 vs 2009

% всех пользователей Интернета



N1 (города 50-100, 2009): 210

N2 (города 100 -1 000, 2009): 718

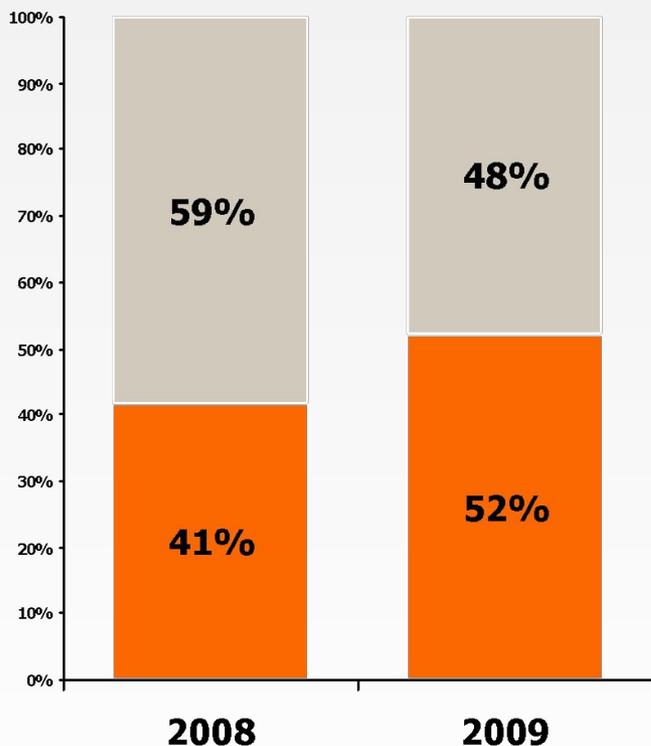
N3 (города 1 000+, 2009): 667

N4 (все города 50+, 2009): 1595

Размер Интернет-аудитории. 2009 vs 2008

Результаты установочного исследования, % респондентов

Все города 50+



■ Не пользуются

■ Пользуются интернетом

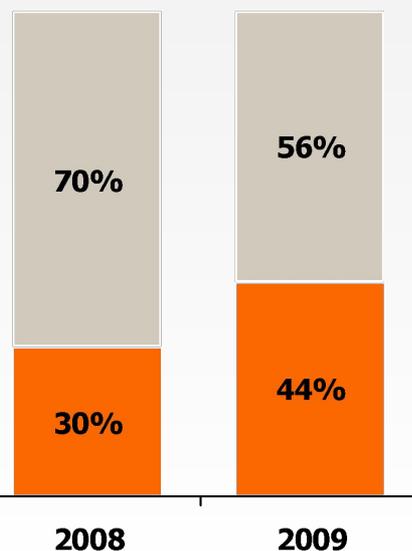
N1 (города 50-100, 2009): 468

N2 (города 100 -1 000, 2009): 1424

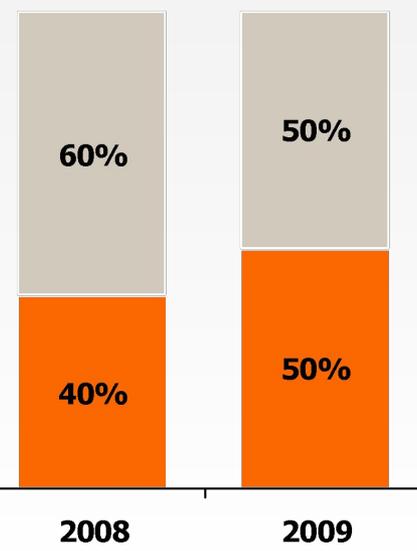
N3 (города 1 000+. 2009): 1163

N4 (все города 50+, 2009): 3055

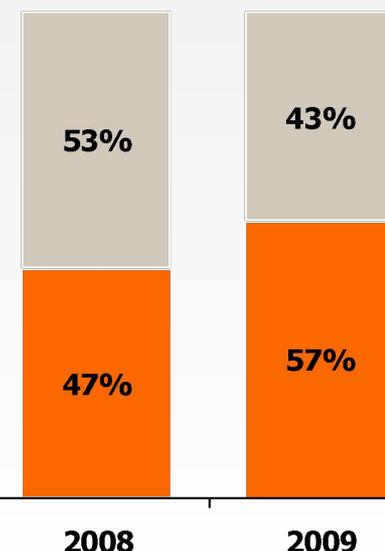
Города 50- 100 тыс.



Города 100 – 1 000 тыс.



Города 1 000+



Количество пользователей, тыс.

50-100 тыс.

100-1 000 тыс.

1 000 тыс. +

Прирост пользователей

+334 тыс

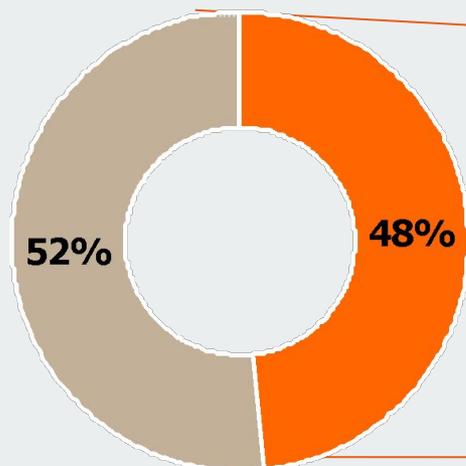
+722 тыс

+557 тыс

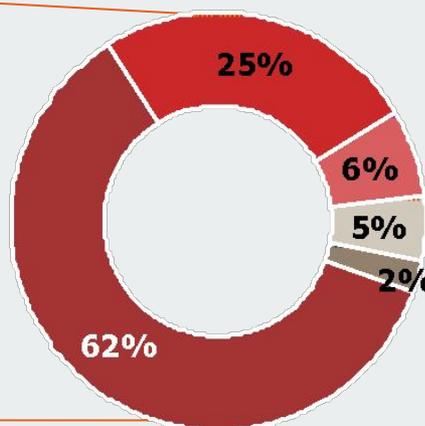
Интенсивность использования. 2009

Результаты установочного исследования, % респондентов

Все города 50+, 2009



Частота использования Интернета



- Один или несколько раз в день
- Несколько раз в неделю
- Раз в неделю
- Несколько раз в месяц
- Реже одного раза в месяц
- Никогда

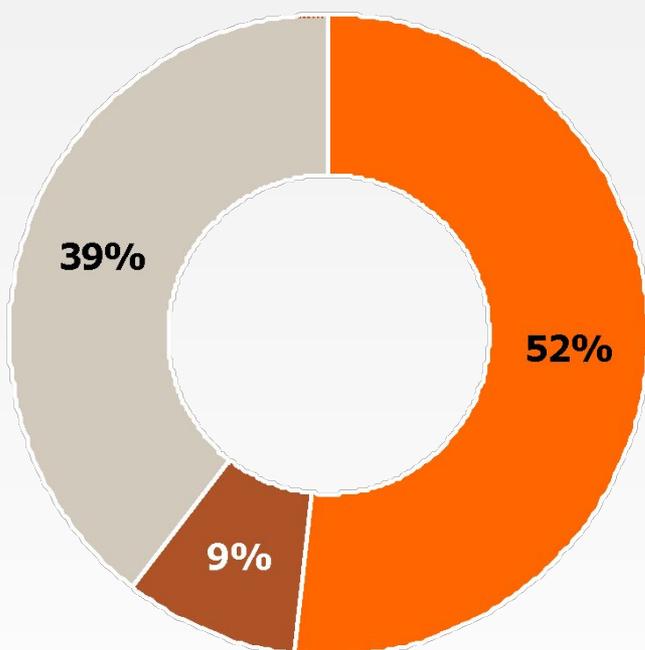
- Пользуются интернетом
- Не пользуются

	2009		2008	
	% жителей 50+	тыс. жителей 50+	% жителей 50+	тыс. жителей 50+
Дневной охват	31%	4 881	18%	2 890
Недельный охват	47%	7 440	36%	5 780

Размер Интернет-аудитории. Потенциал рынка, 2009

Результаты установочного исследования, % респондентов

**Все города 50+
2009**

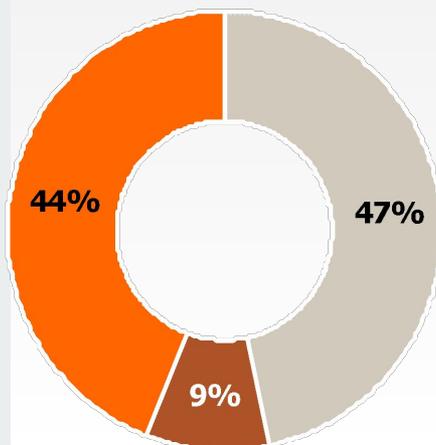


■ **Пользуются интернетом**

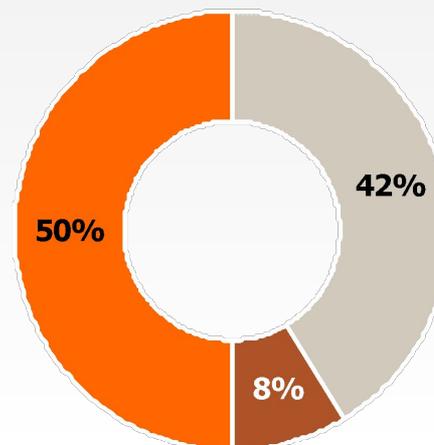
■ **Не пользуются, но планируют начать**

■ **Не пользуются и не планируют**

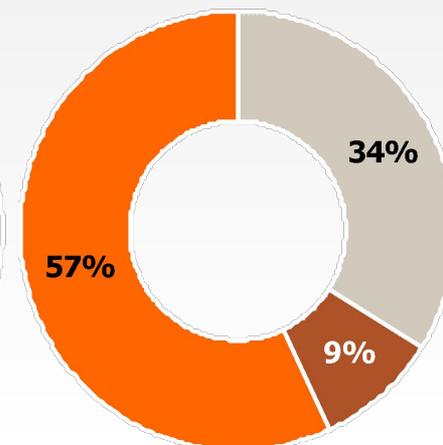
**Города 50-
100 тыс.**



**Города 100 –
1 000 тыс.**



**Города
1 000+**



Доля потенциальных Интернет-пользователей определена на основе вопроса: «Планируете ли Вы начать пользоваться Интернетом в течение ближайших 6 месяцев?»

Данную оценку следует рассматривать как оптимистичный сценарий. В этом случае максимальный прирост числа Интернет-пользователей может составить около 1,4 млн. человек

Основные потенциальные пользователи - люди в возрасте 25-40 лет. Около 12% непользователей в этой возрастной группе заявили о своих планах подключиться.

Наименее активна молодежь до 20 и возрастная группа 50+ лет — около 7% непользователей заявили о своих планах.

N1 (города 50-100, 2009): 468

N2 (города 100 -1 000, 2009): 1424

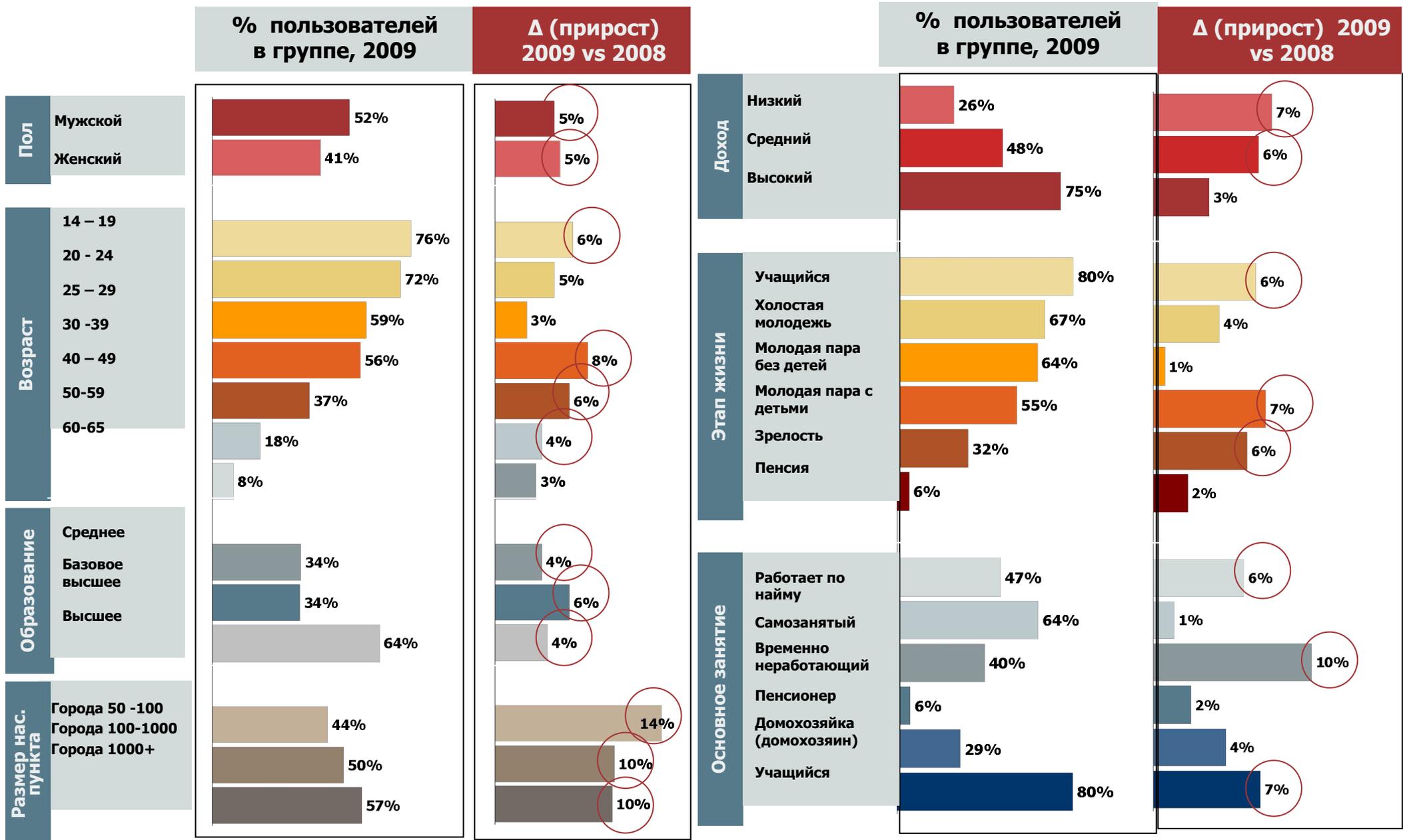
N3 (города 1 000+. 2009): 1163

N4 (все города 50+, 2009): 3055

Кто пользуется Интернетом

Результаты установочного исследования, % респондентов

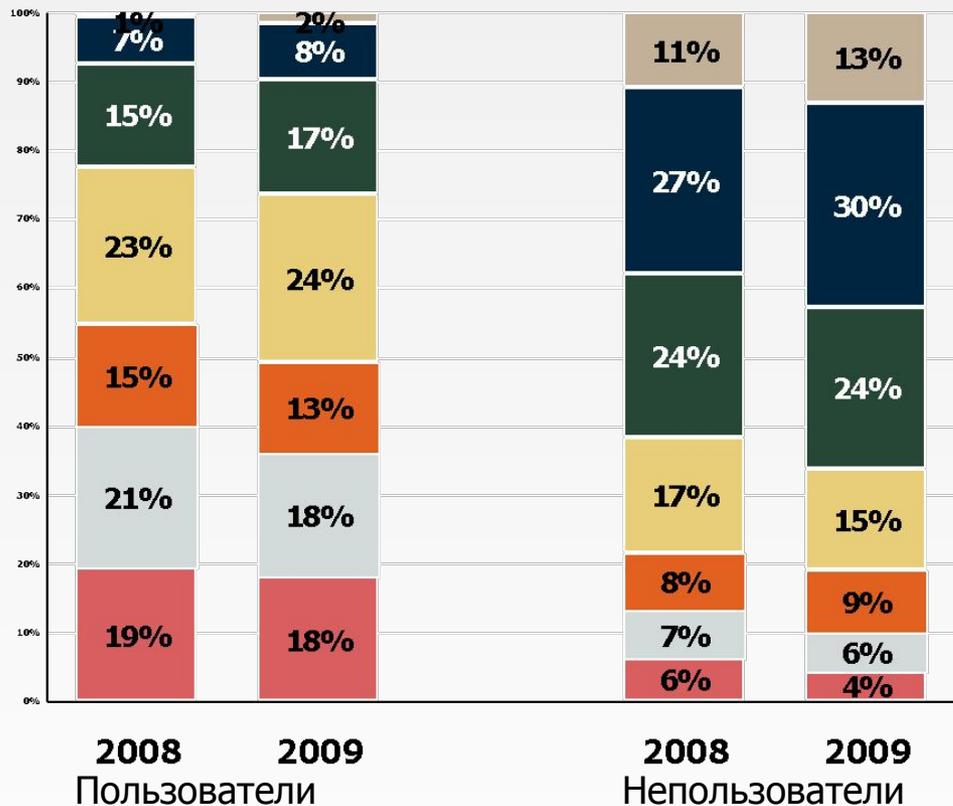
○ Статистически значимые отличия при 95% доверительной вероятности
○ Статистически значимые отличия при 90% доверительной вероятности



Социально-демографические характеристики. Пол и возраст

% респондентов в каждой группе

Возраст

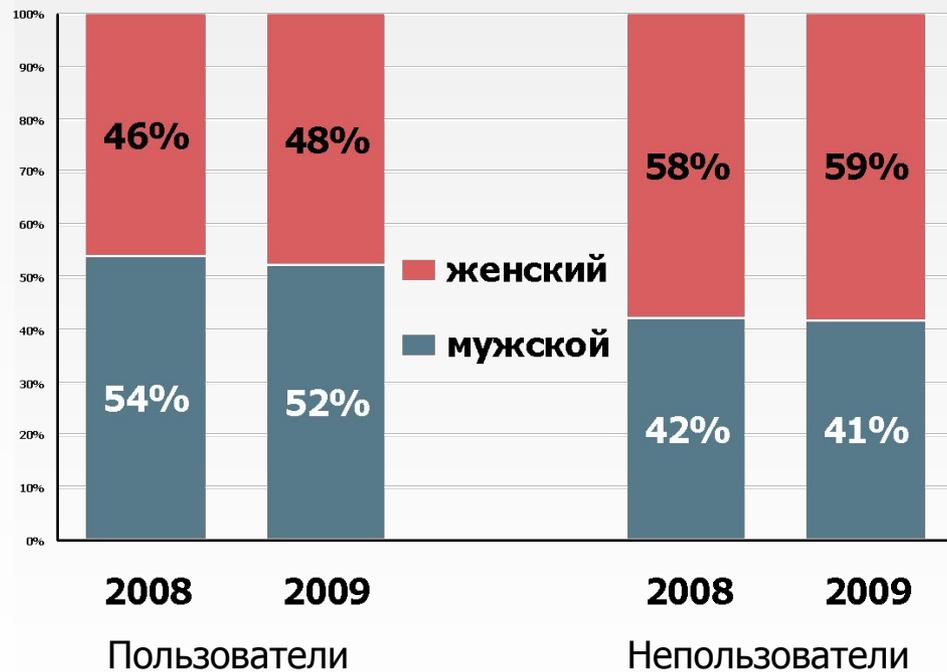


В 2009 году 73% Интернет-пользователей младше 40 лет (78% в 2008 году).

66% непользователей – старше 40 лет (62% в 2008 году).

В возрастной группе 40 лет + доля Интернет-пользователей среди женщин по-прежнему в 2 раза ниже, чем среди мужчин.

Пол

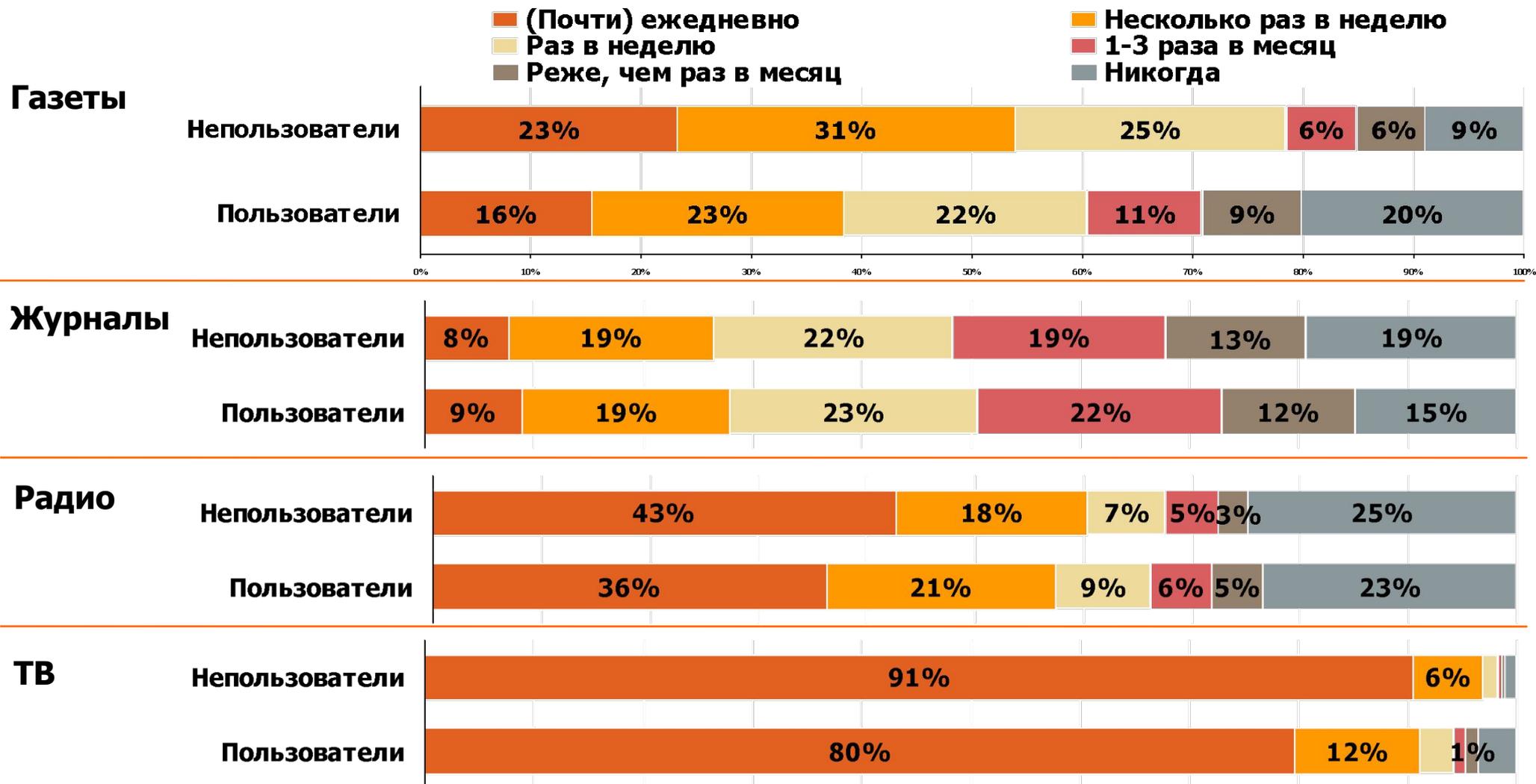


N1 (пользователи): 1595

N2 (непользователи): 1460

Использование других медиа. 2009

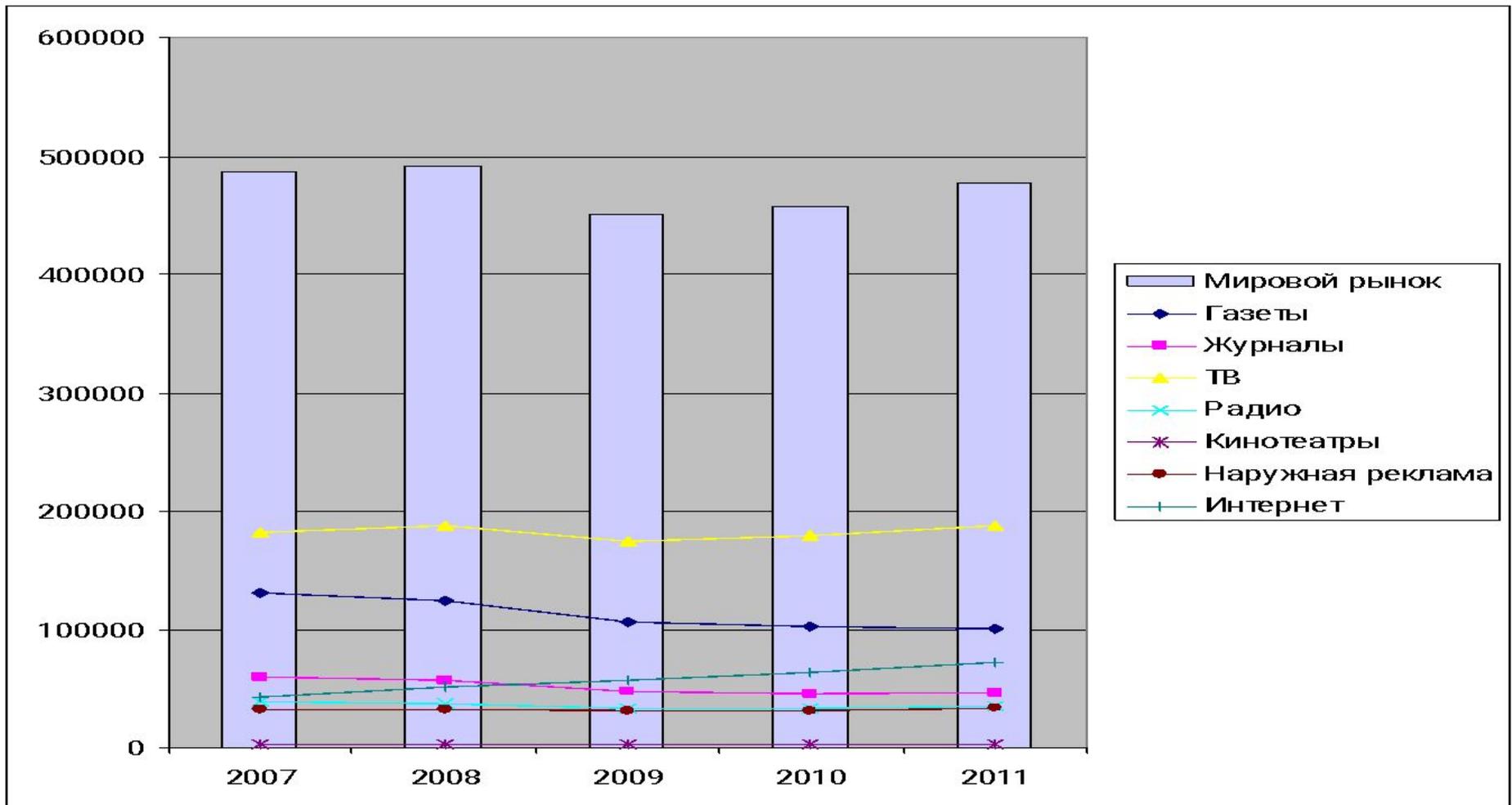
% респондентов в каждой группе



N1 (пользователи): 1595

N2 (непользователи): 1460

Мировые рынки



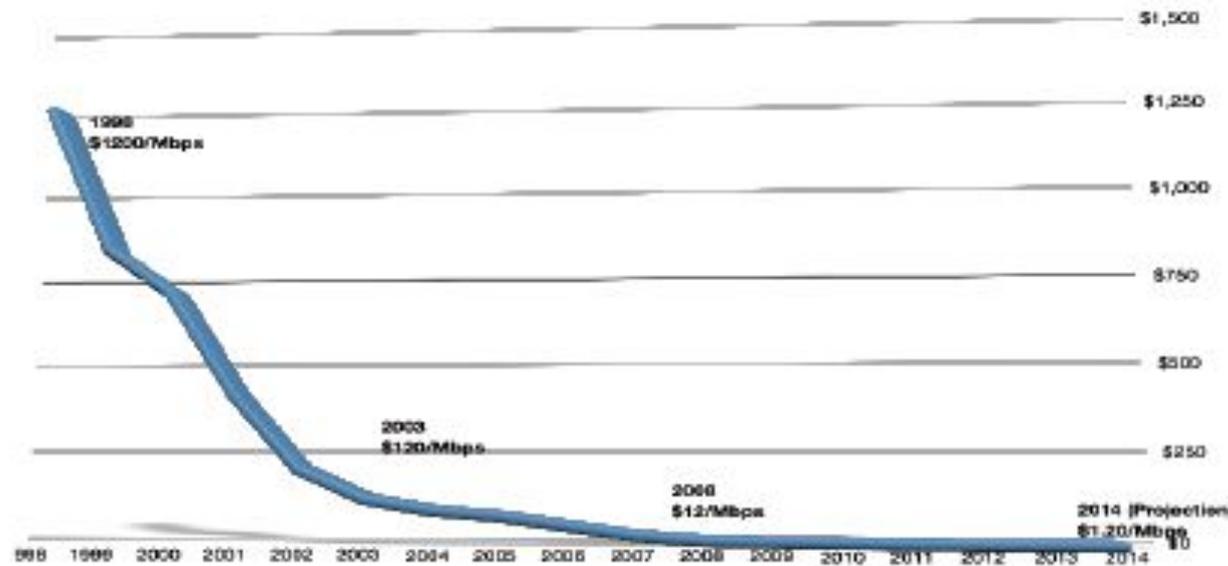
Consumers Leading Way – 58% CAGR in IP Traffic, 2005E-2011E

Global IP Traffic



Source: Cisco Systems, Global IP Traffic Forecast and Methodology; Mobility segment (0.1% of traffic in 2007) not displayed

Market Forces in New Internet



Revenue from Internet Transit

Source: Dr. Peering, Bill Norton

Quarterly Internet Ad Revenues



Revenue from Internet Advertisement

Source: Interactive Advertising Bureau

2010

- Все более будут востребованы инструменты анализа эффективности.
- Новые возможности анализа и измерения.
- Пресса будет смещаться в он-лайн
 - Большинство рекламодателей будет использовать все возможности интернет как медиа (таргетинги, маркетинг, интерактивность)
- Цены начинают расти.
- Стремительное развитие видео контента.

Спасибо,

Андрей Заблоцкий!

www.uair.org.ua



УКРАЇНЬСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ