

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

Дмитрий Лысюк  
Gemius Ukraine

Киев, 2009 г.

## План

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

# 1. Аудитория интернета Украины обзор

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)

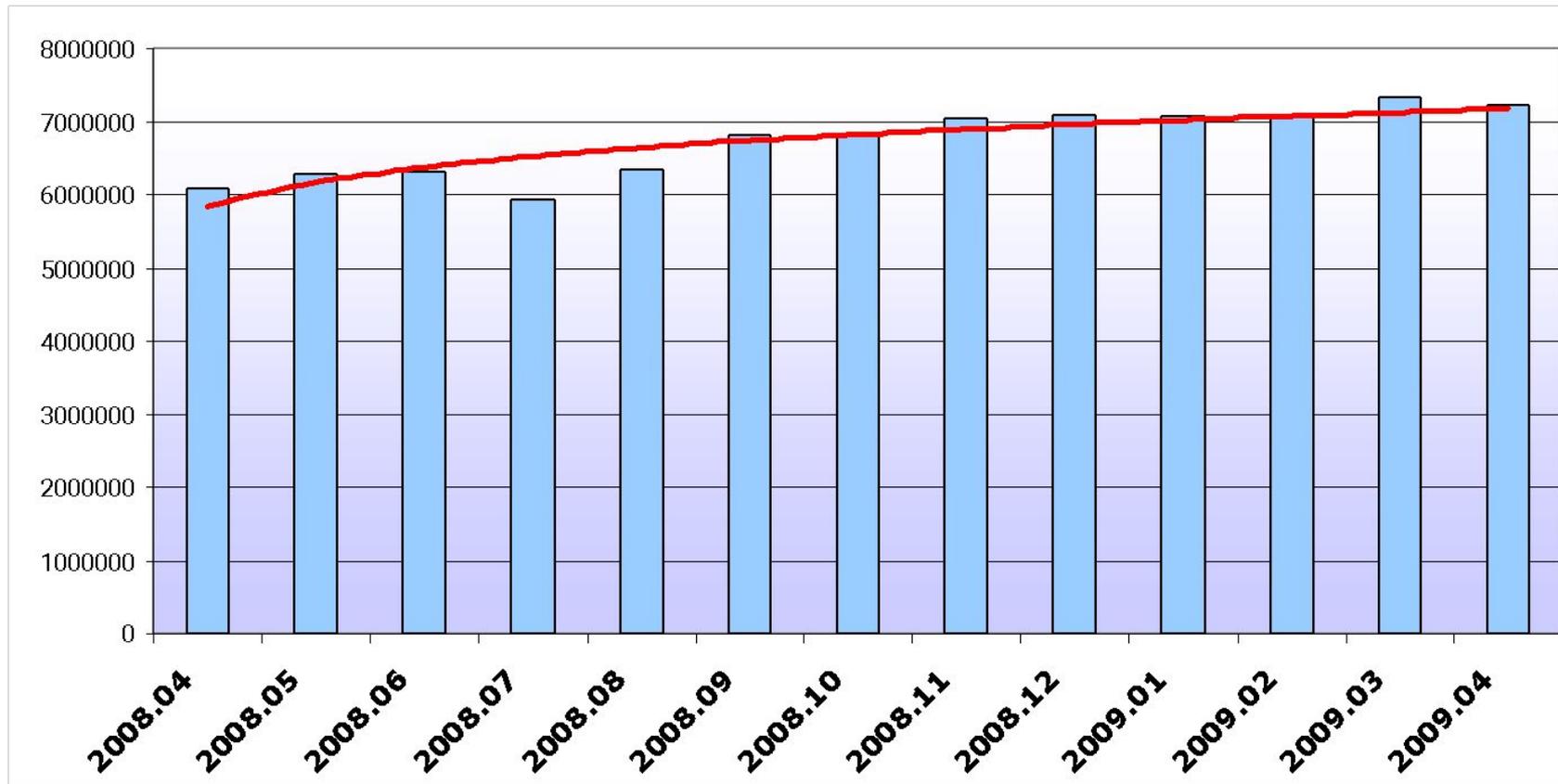
***gemiusAudience***, апрель 2009 г.

- *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**

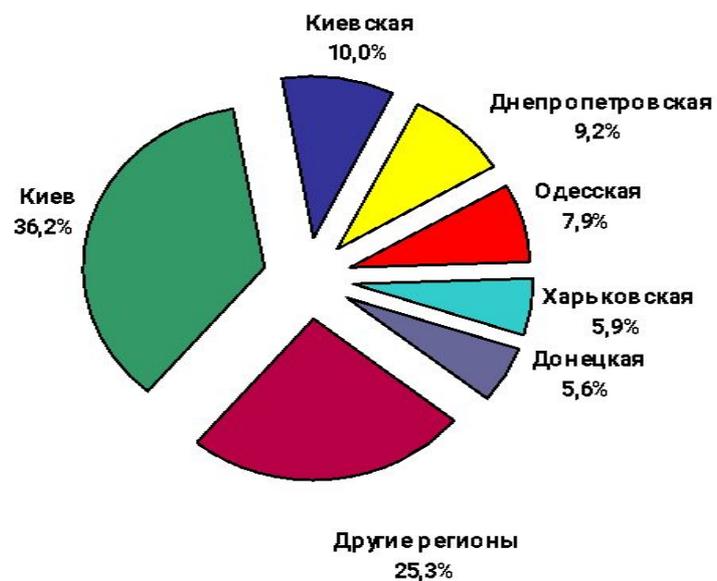
# Онлайн аудитория Украины за год: стабильный рост

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



source: gemiusAudience,  
04.2008-04.2009

Состав аудитории по регионам

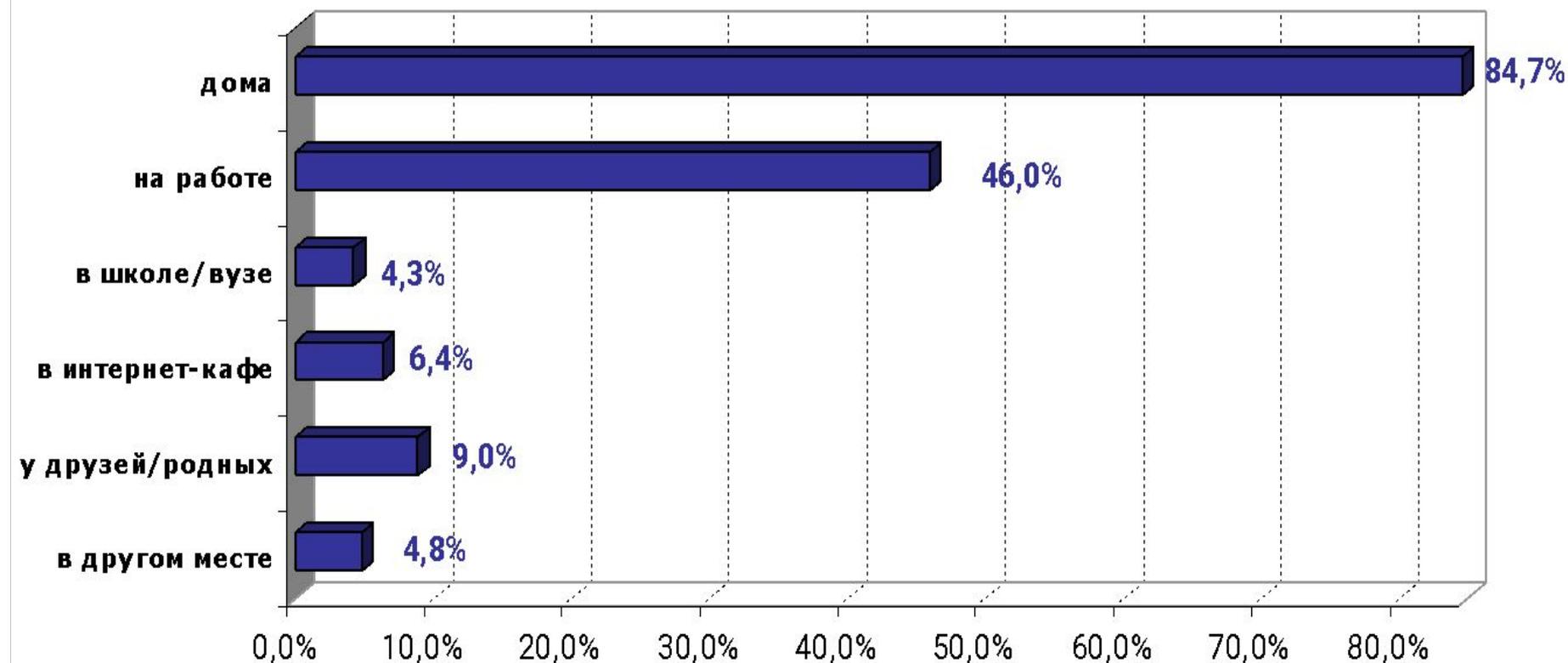


Топ-5 регионов по активности пользователей

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

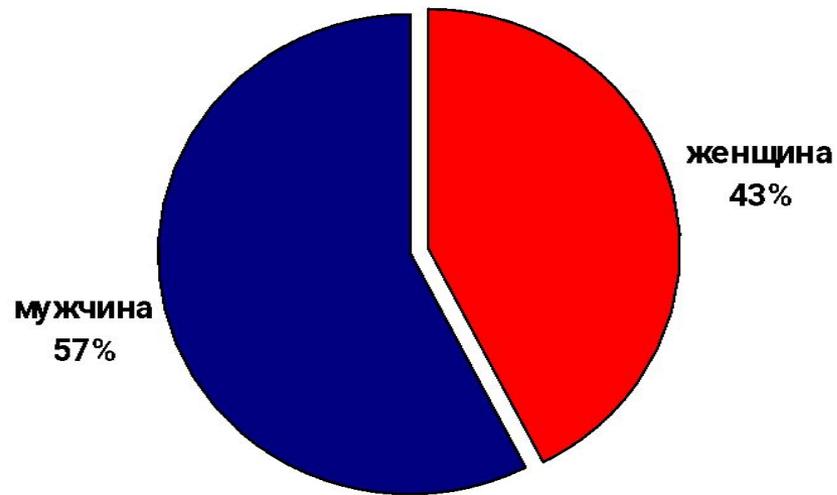
source: gemiusAudience, 04.2009

## Где у пользователей есть возможность выхода в интернет в течение месяца

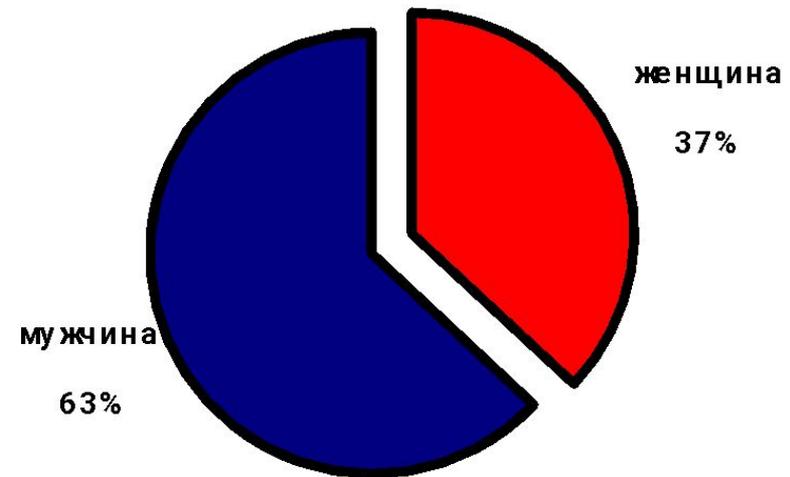


source: gemiusAudience, 04.2009

Состав аудитории по полу

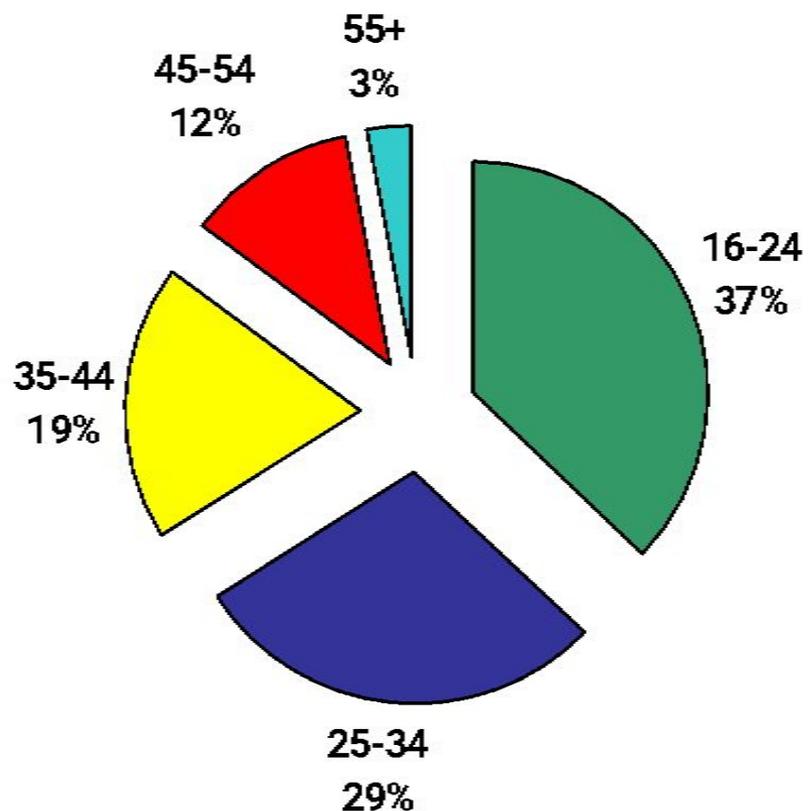


Состав просмотров по полу

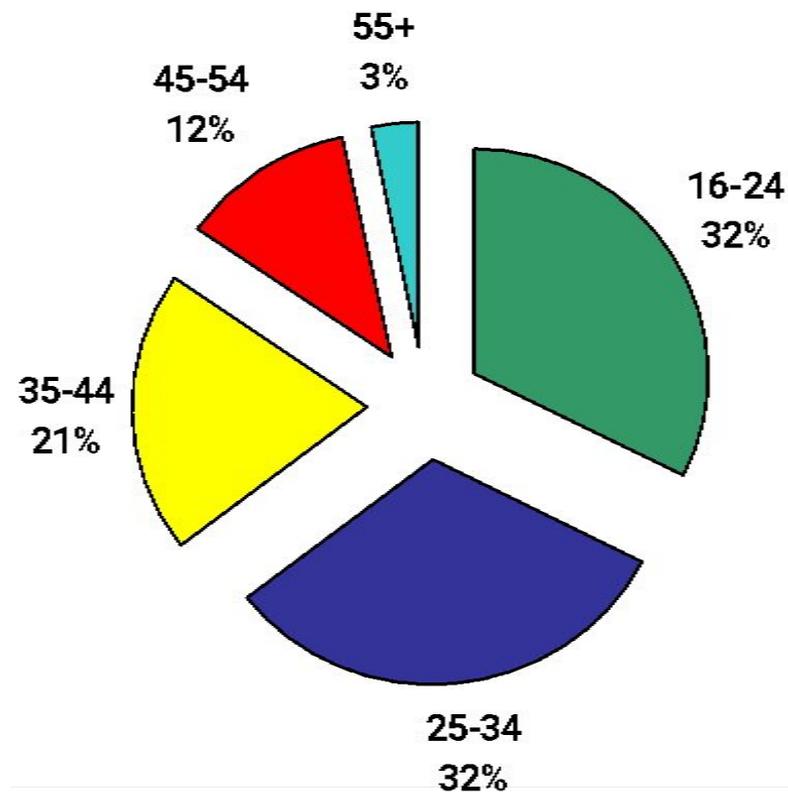


source: gemiusAudience, 04.2009

## Состав аудитории по возрасту

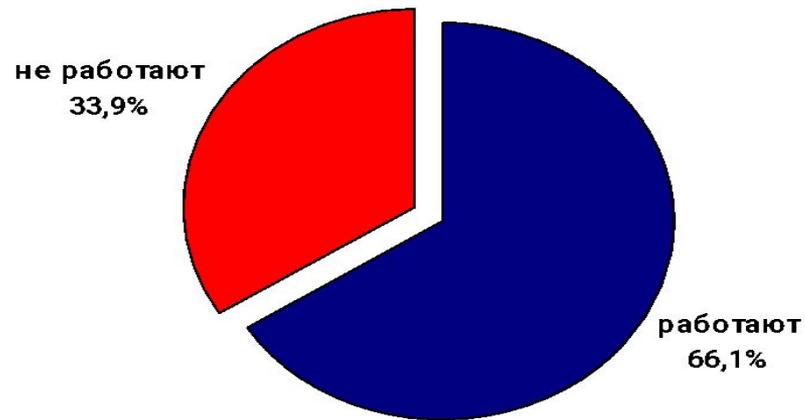


## Состав просмотров по возрасту

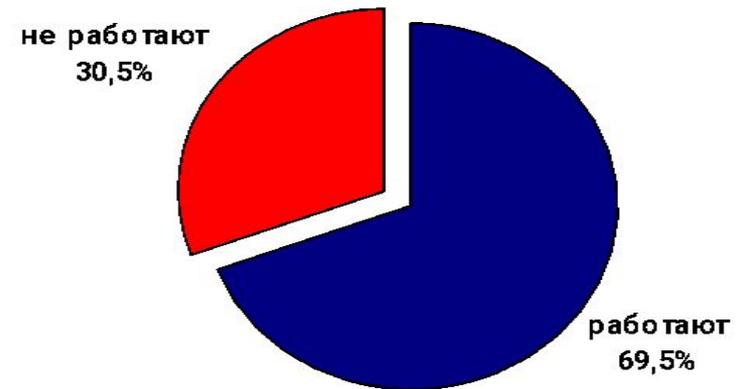


source: gemiusAudience, 04.2009

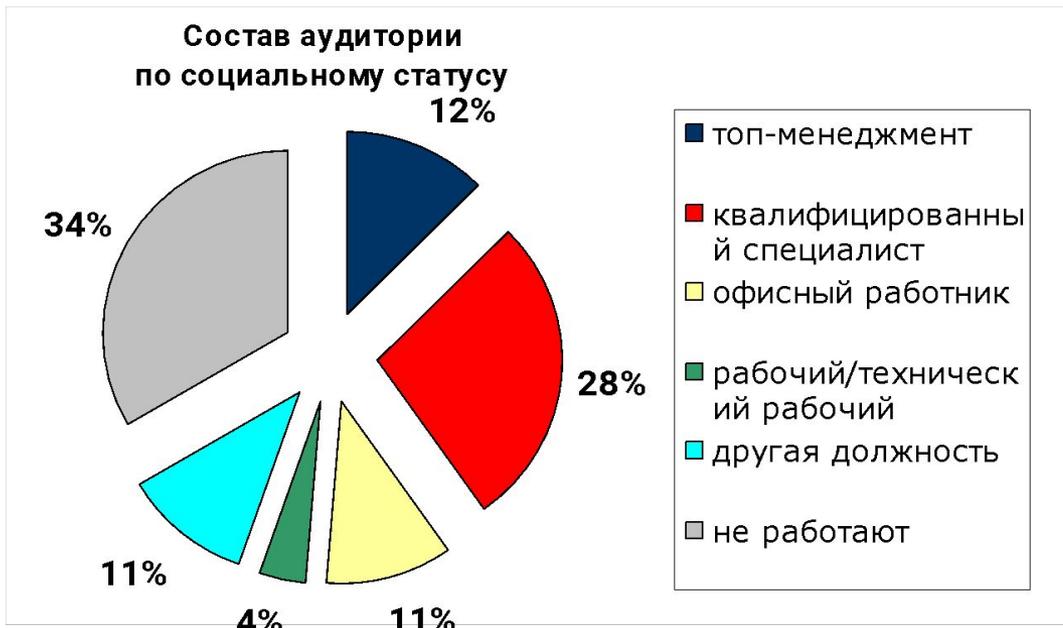
Состав аудитории по наличию работы



Состав просмотров по наличию работы



source: gemiusAudience, 04.2009



source: gemiusAudience, 04.2009

## 2. Особенности медиапотребления интернет-пользователями Украины

## Об исследовании

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

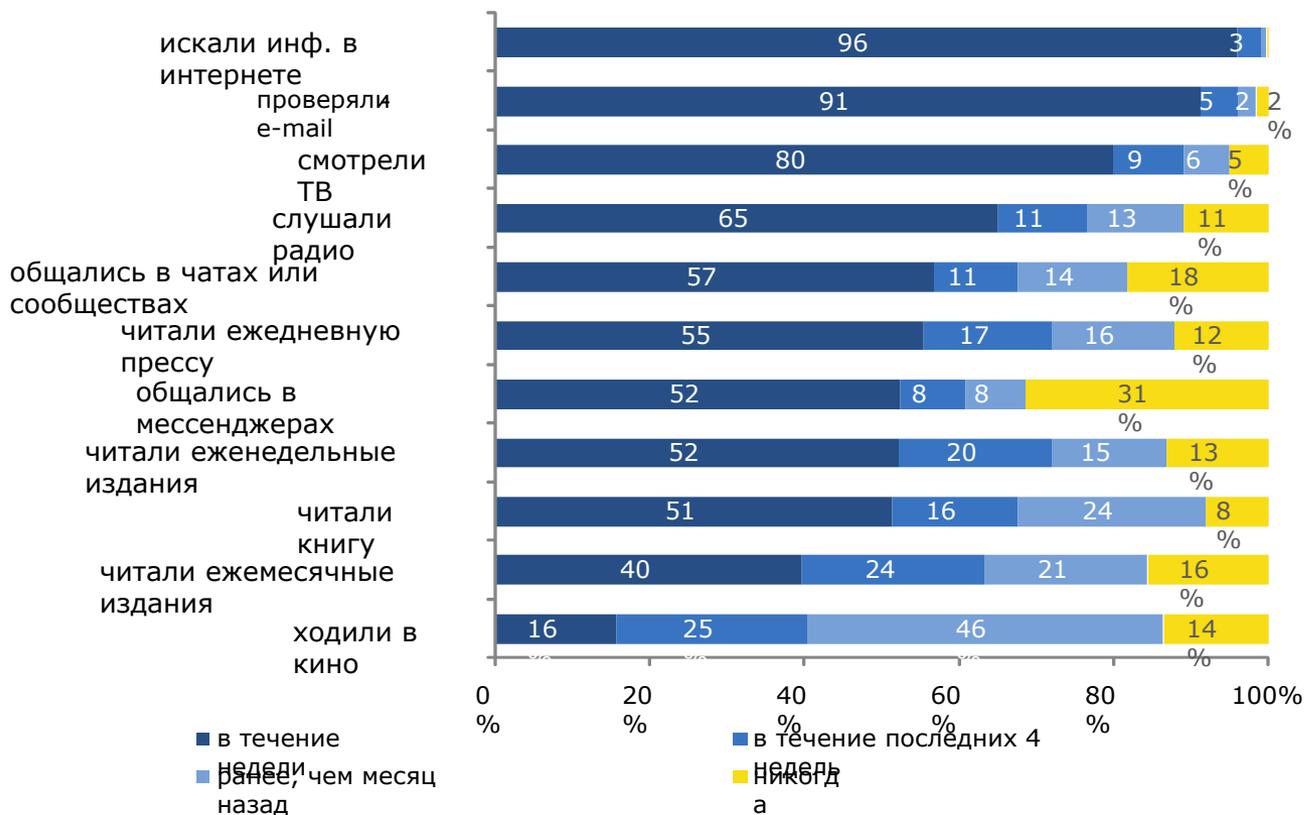
Исследование проведено методом CAWI (computer-assisted web interviewing). Респонденты приглашались к участию в опросе посредством случайных показов pop-up анкет посетителям сайтов: **Bigmir-Internet, Meta.ua, Liga.net, Oboz, marketgid.com** и посетителям сайтов, использующих бесплатный счетчик stat.ua. 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.

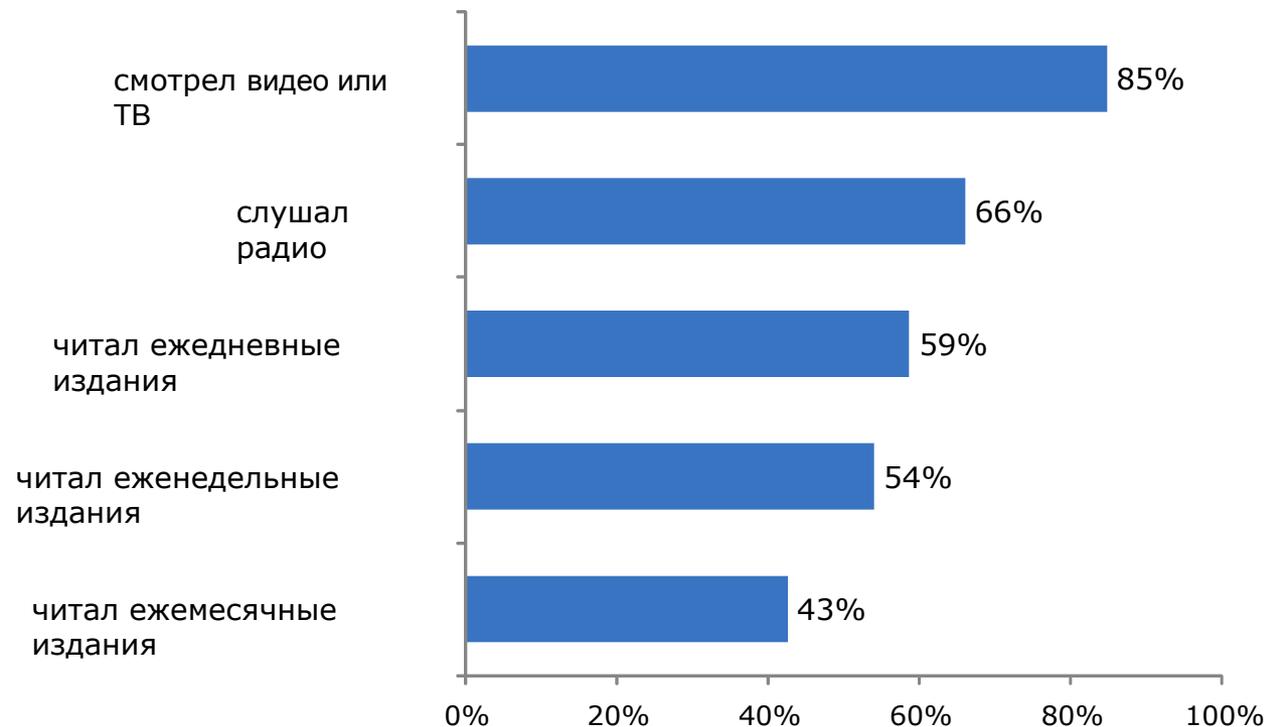
N=1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

# Использование «традиционных медиа» в интернете

## Общее распределение

*Вы когда-нибудь ... ?*  
Процент положительных ответов



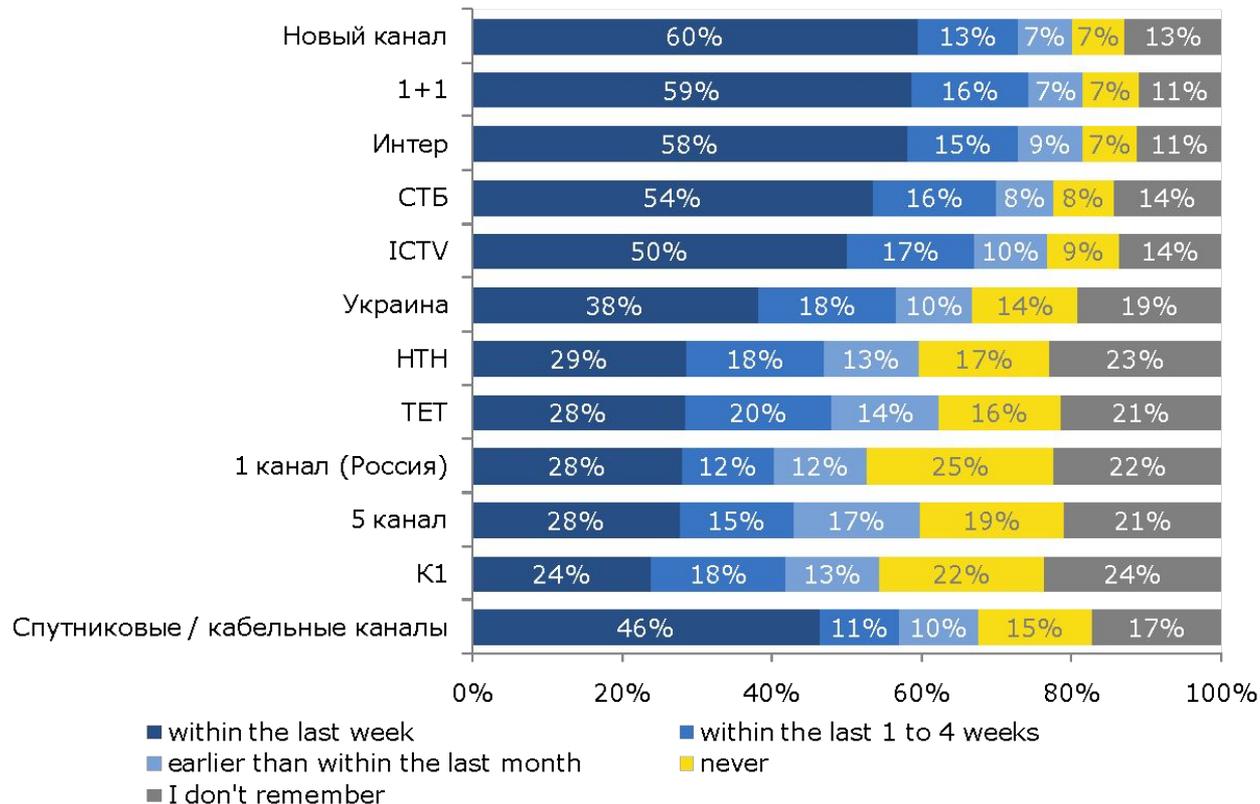
Более четырех из пяти интернет-пользователей Украины смотрели в интернете ТВ или видео. На втором месте – прослушивание радио онлайн, чтение электронных версий ежедневных газет немногим менее популярно. Более половины респондентов также читали еженедельные журналы в интернете. Наименьшее, но все же высокое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

N = 1500 – all respondents

# Телевидение

## ТВ каналы

*Когда в последний раз Вы смотрели перечисленные телеканалы?*



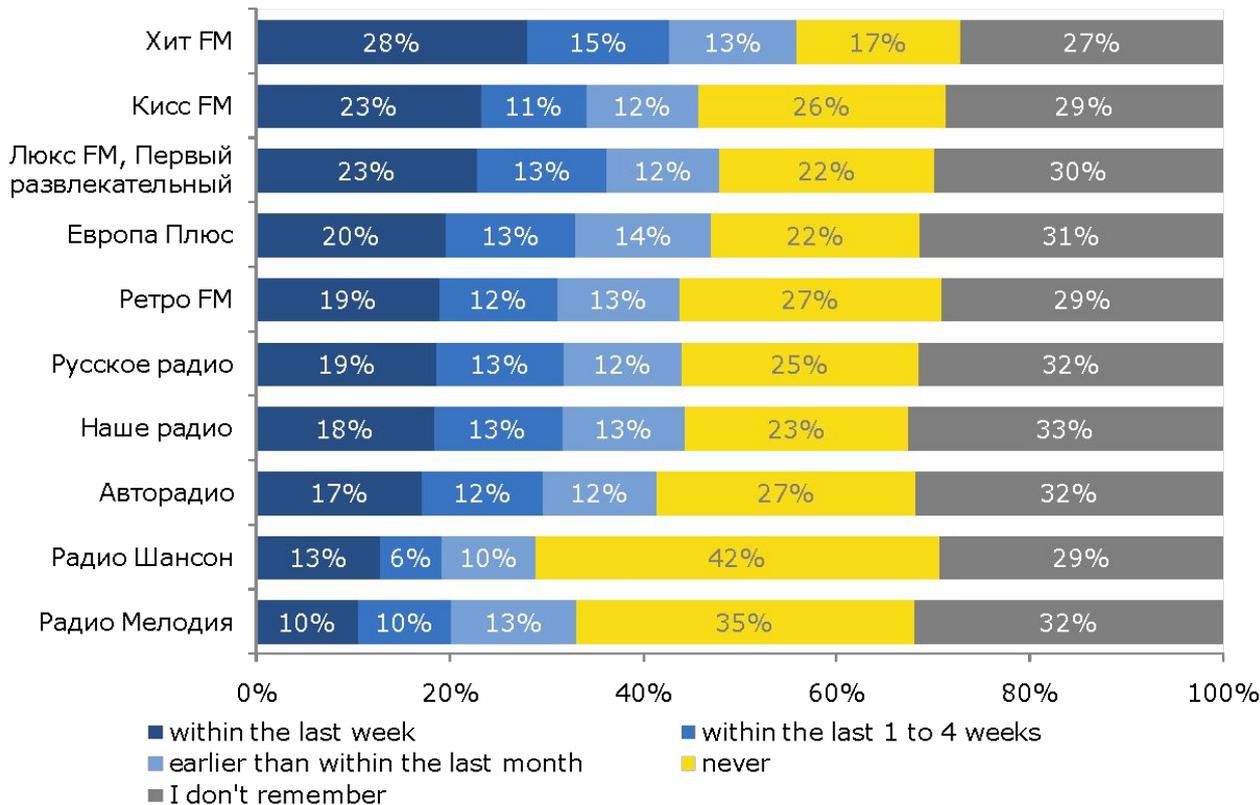
Среди украинских пользователей, которые когда-либо смотрели телевизор, Новый канал, 1+1 и Интер являются бесспорными лидерами в рейтинге протестированных каналов. Трое из пяти пользователей смотрели каждый из них в течение недели, предшествовавшей опросу.

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*

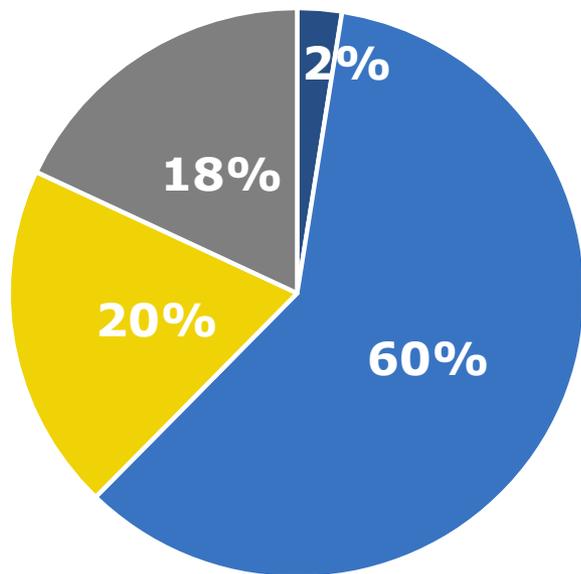
### 3. Отношение пользователей к рекламе онлайн

# Общее отношение к онлайн рекламе

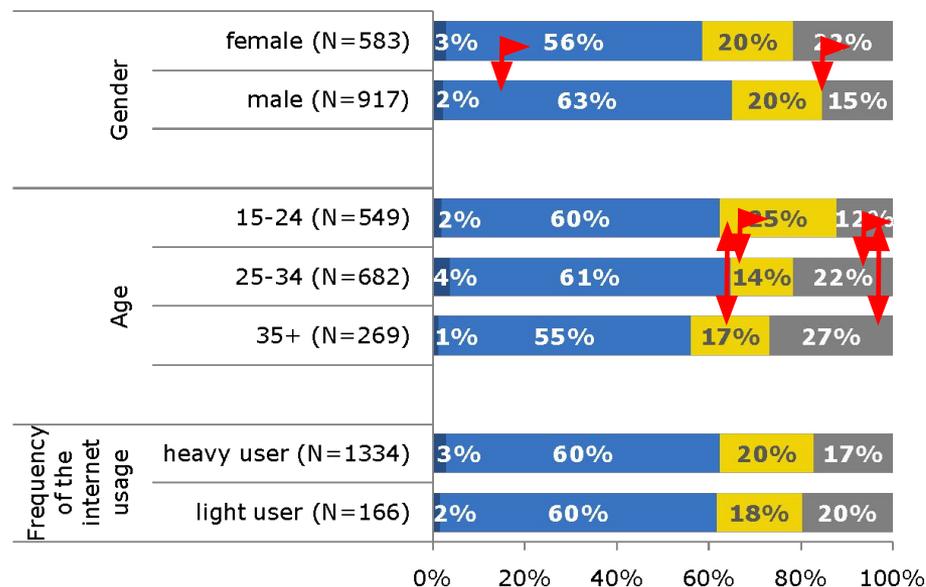
## Доверие к онлайн рекламе

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

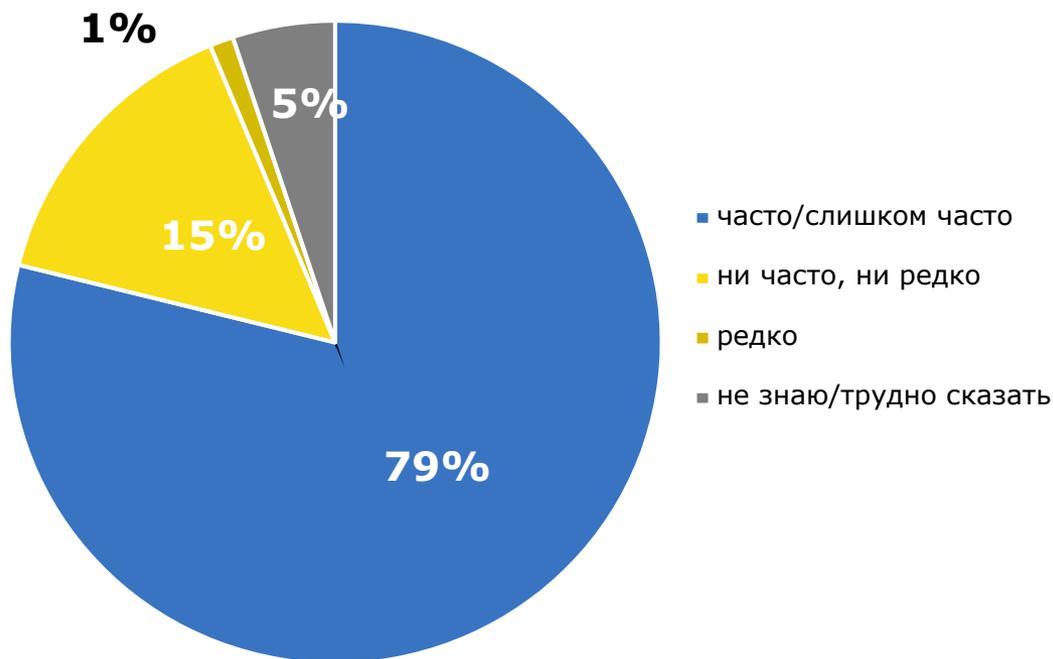


N = 1500 – all respondents

# 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...?’



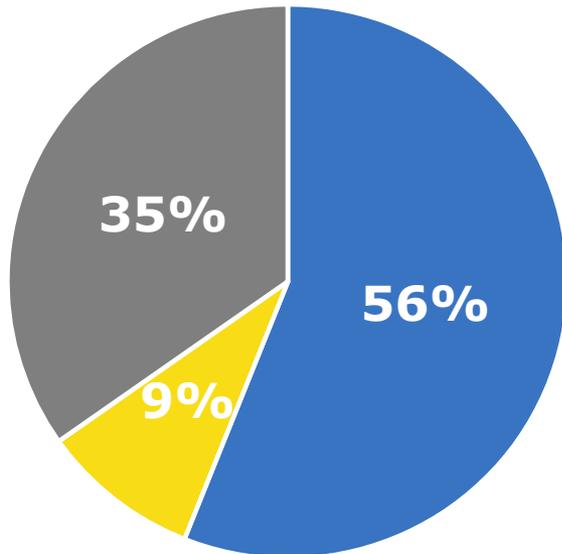
Source: gemiusReport, May 2006

# Общее отношение к онлайн рекламе

## Онлайн реклама или платный контент?

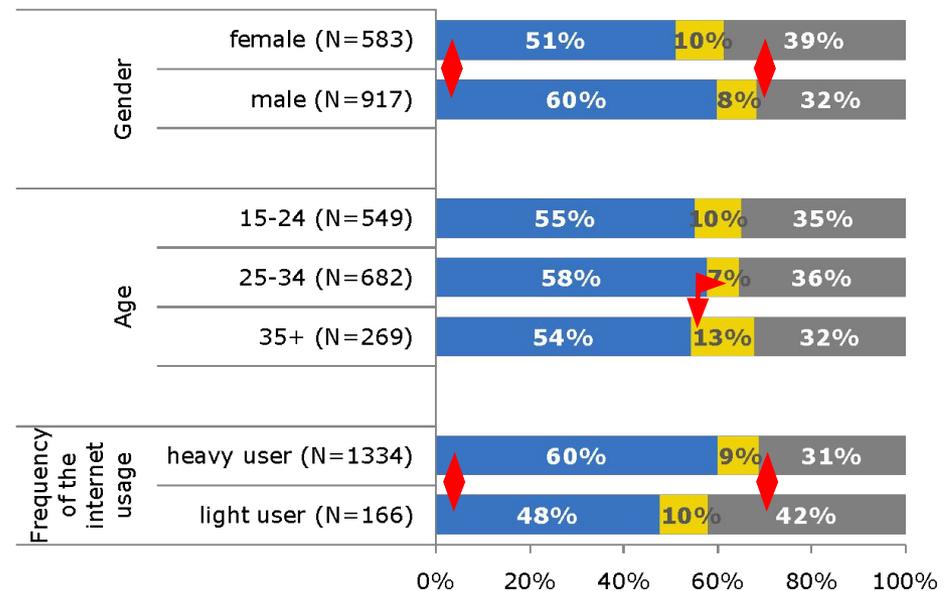
С каким из двух утверждений Вы согласны?

(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



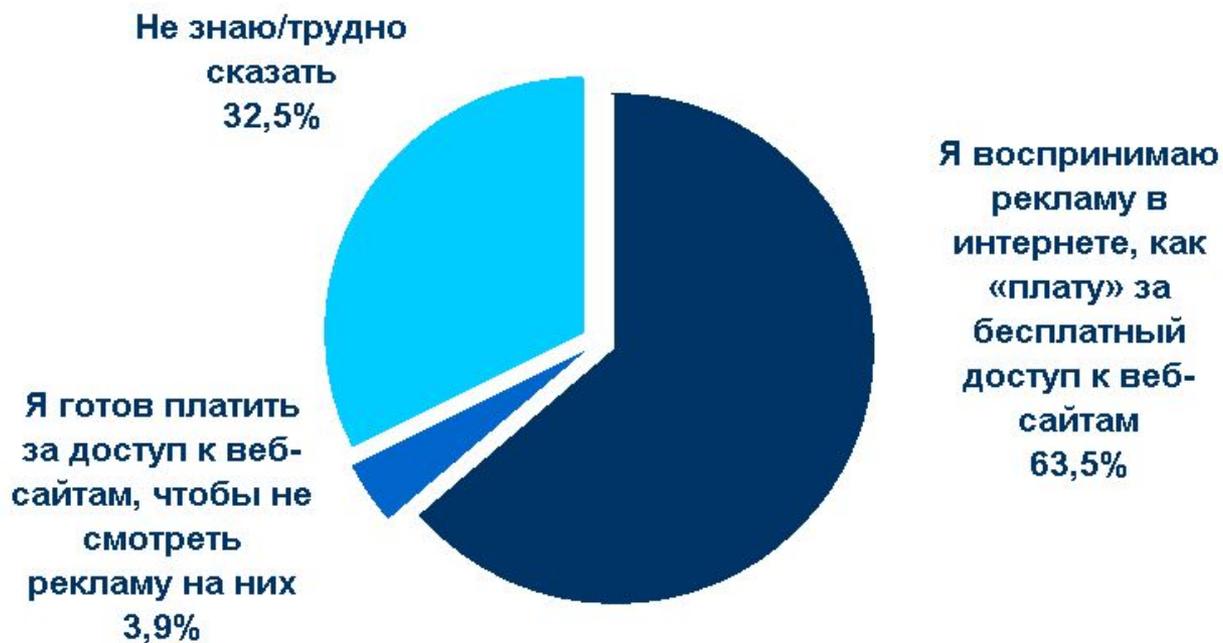
N = 1500 – all respondents

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.

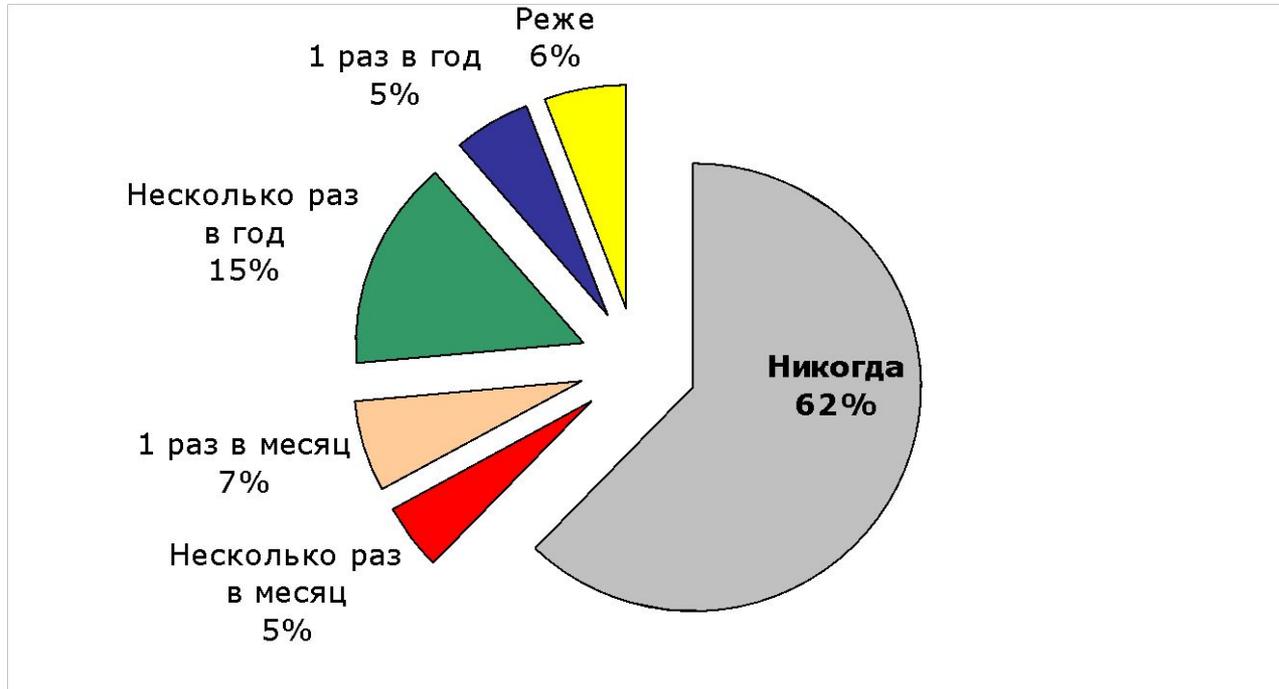
N = 1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

## 4. Онлайн покупатели Украины



## Е-коммерция: частота покупок по интернету

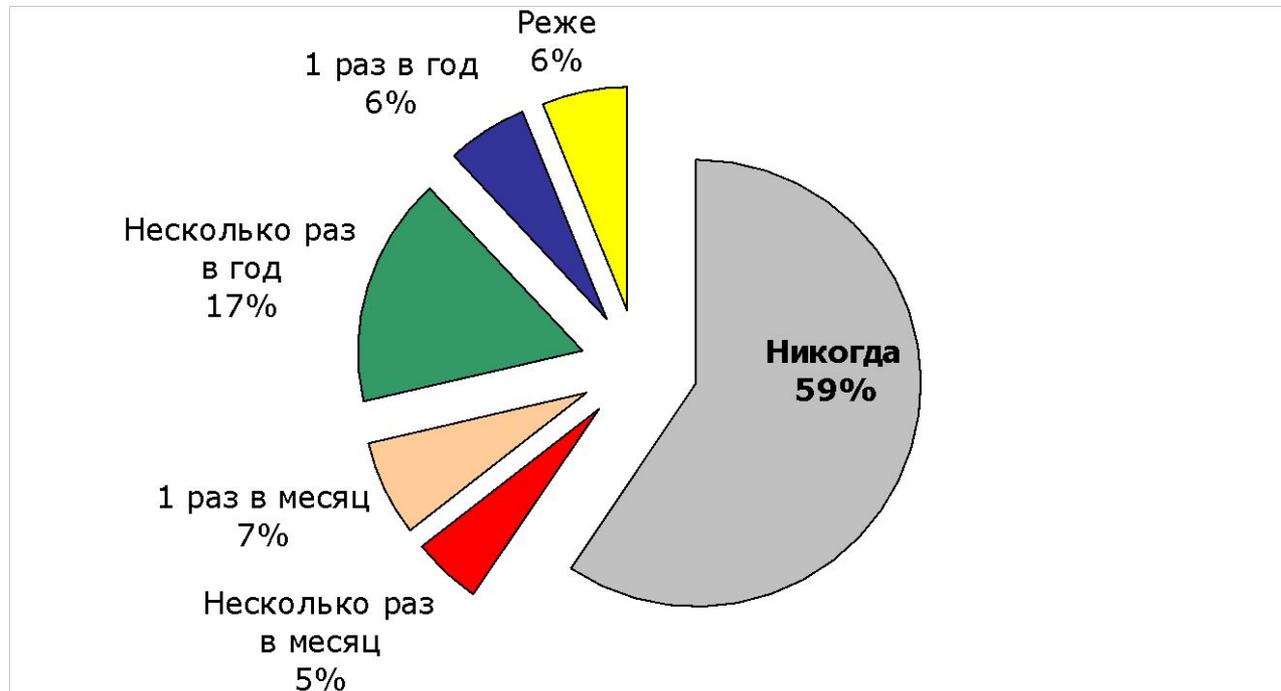


Источник: gemiusAudience, 02.2009

В феврале 2008 доля покупателей составляла чуть более 31%



## Е-коммерция: частота покупок по интернету



Источник: gemiusAudience, 04.2009

## Покупатели по регионам. апрель 2009

НЕТ

ДА

Киев 	35,9 8%	64,0 2%
Киевская 	53,4 2%	46,5 8%
Волынская	68,9 3%	31,0 7%
Черкасская	69,2 9%	30,7 1%
Житомирская	73,0 7%	26,9 3%
Ровенская	73,4 7%	26,5 3%
Николаевская	74,6 1%	25,3 9%
Днепропетровская	74,8 2%	25,1 8%
Тернопольская	75,5 6%	24,4 4%
Одесская	75,8 9%	24,1 1%
Винницкая	76,1 3%	23,8 7%

НЕТ

ДА

Хмельницкая	78,0 3%	21,9 7%
Львовская	78,1 8%	21,8 2%
Луганская	78,2 4%	21,7 6%
Ивано-Франковская	78,2 9%	21,7 1%
Сумская	78,3 7%	21,6 3%
Харьковская	78,6 1%	21,3 9%
Херсонская	78,7 4%	21,2 6%
Черниговская	78,7 8%	21,2 2%
Кировоградская	78,8 2%	21,1 8%
Донецкая	79,1 7%	20,8 3%
Черновицкая	79,2 4%	20,7 6%

Источник: gemius Audience: 04.2009



## Приобретаемые по Интернету товары



Источник: gemiusAudience: 02.2009

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](http://gemius.com.ua)  
[contact@gemius.com.ua](mailto:contact@gemius.com.ua)

Май, Киев, 2009