

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

**Дмитрий Лысюк
Gemius Ukraine**

Киев, 2009 г.

Майские тезисы

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)

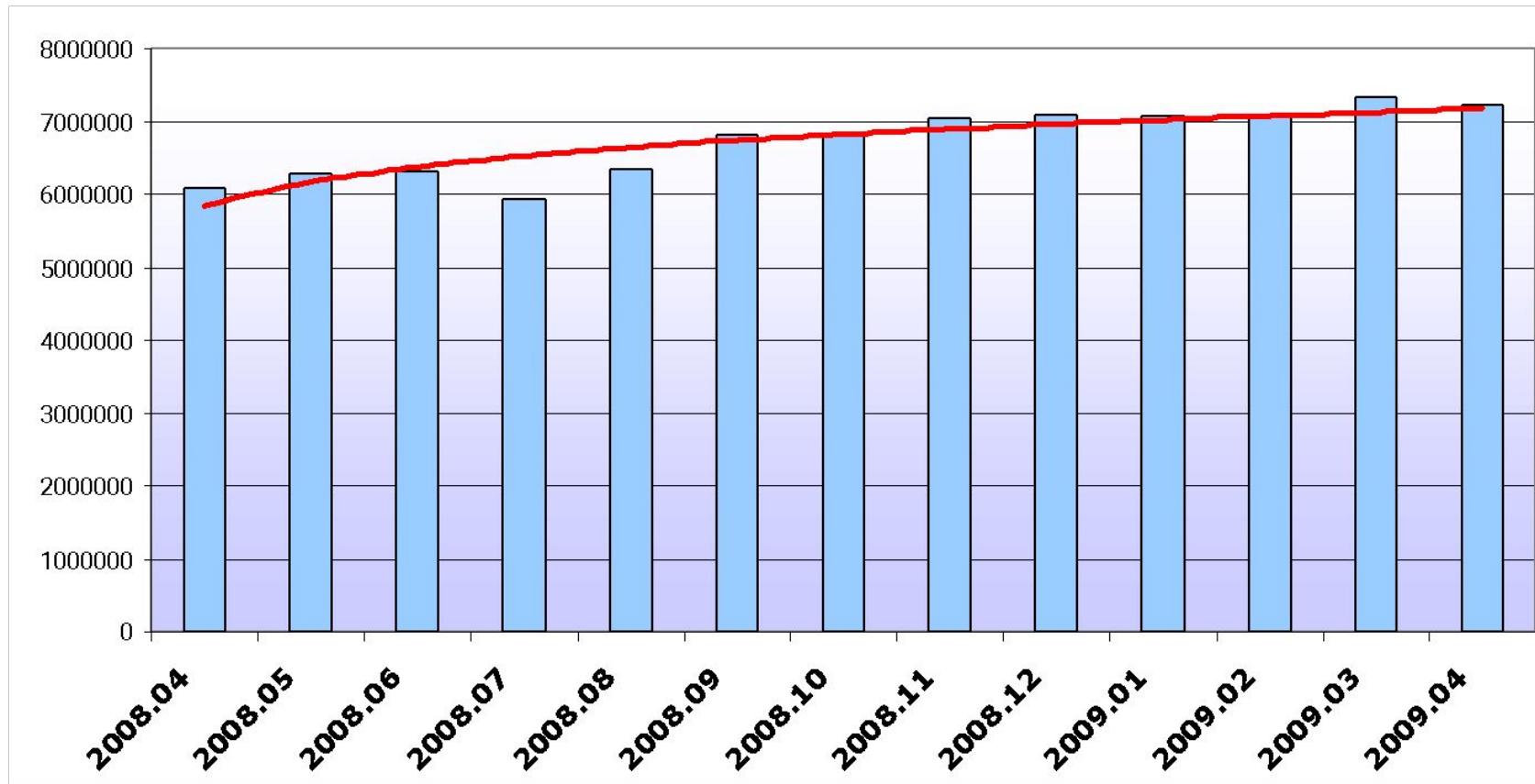
gemiusAudience, апрель 2009 г.

- 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

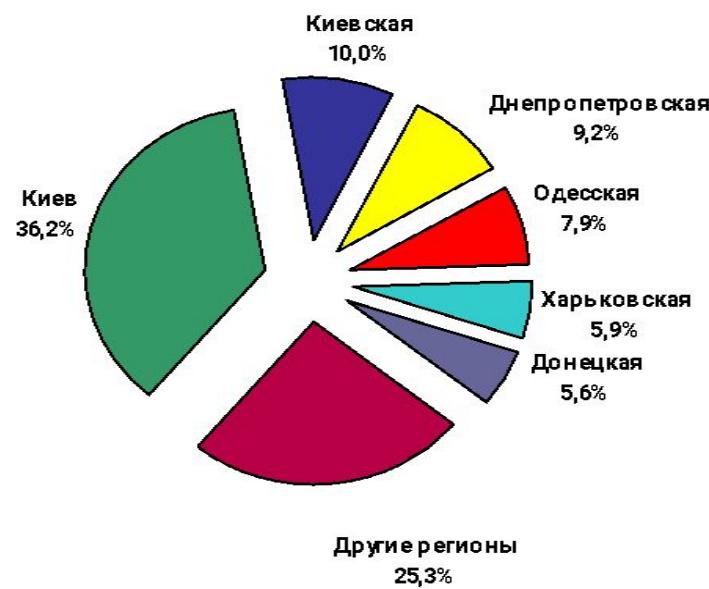
Прирост по сравнению с апрелем 2008 – 1,15 млн. – 18,7%.



source: gemiusAudience,
04.2008-04.2009

Пользователи по регионам

Состав аудитории по регионам

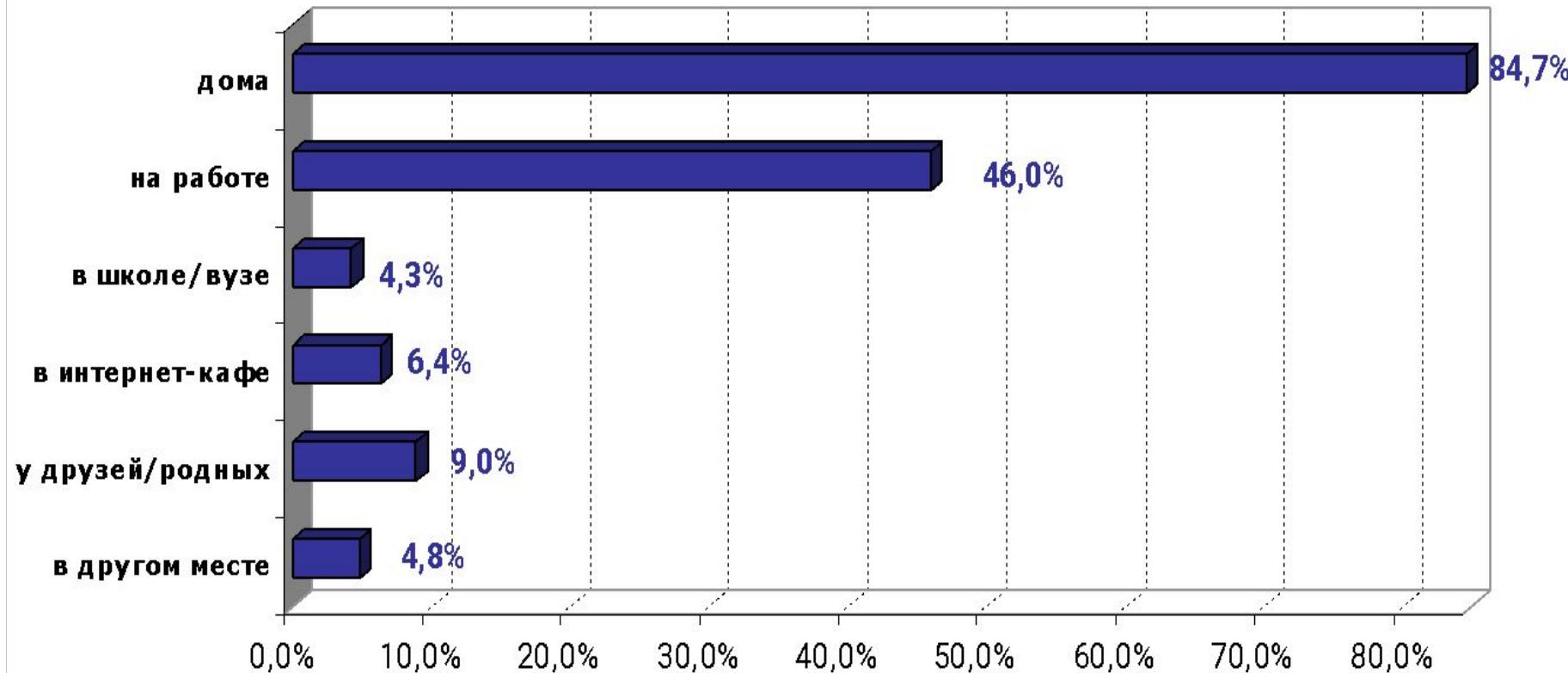


Топ-5 регионов по активности пользователей

Область	Ср. число просмотров на посетителя	Ср. время на посетителя [ч:мин:сек]
Киев	173,3	3:51:49
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

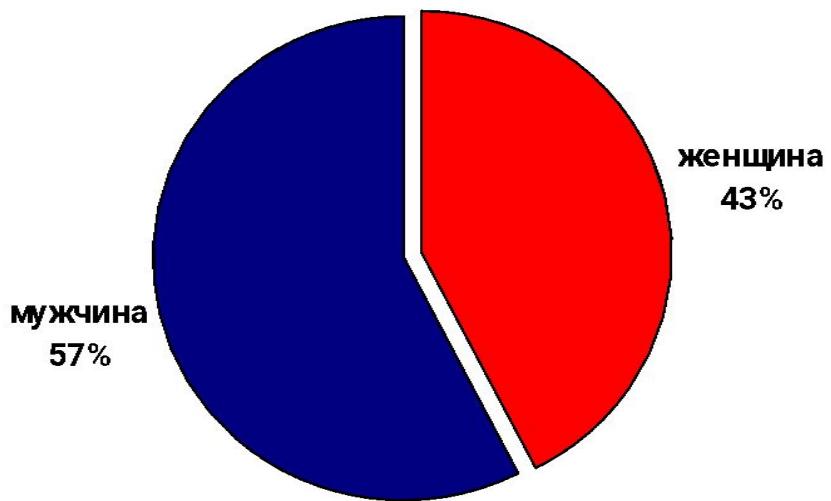


source: gemiusAudience, 04.2009

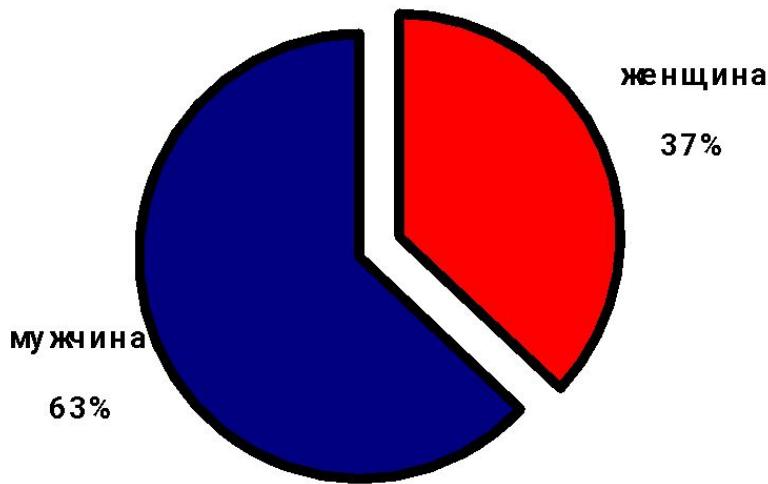


Пол интернет-пользователей

Состав аудитории по полу



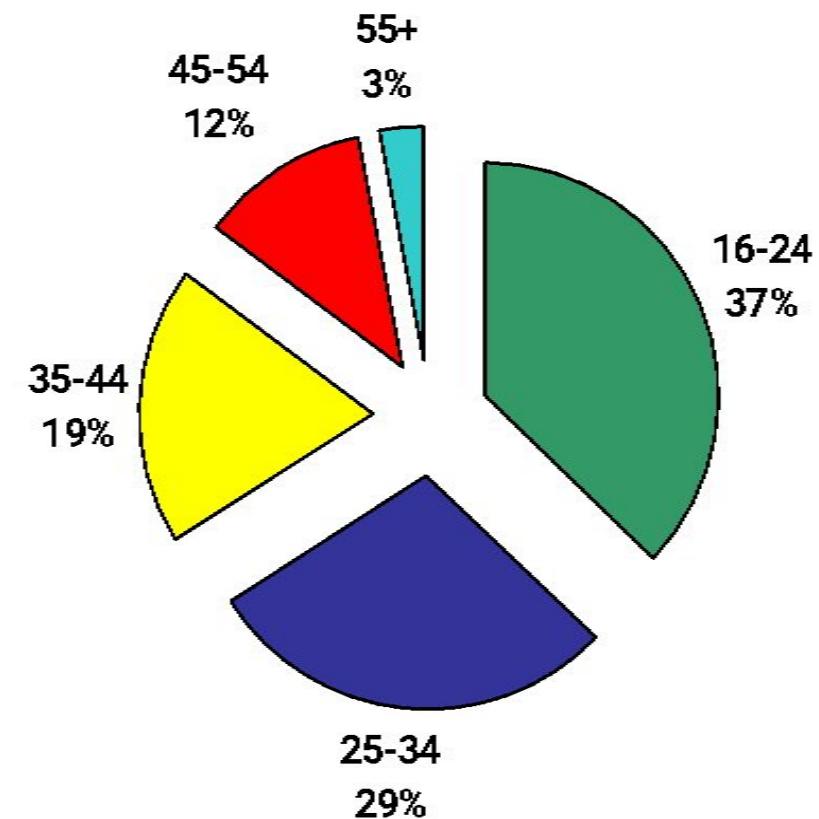
Состав просмотров по полу



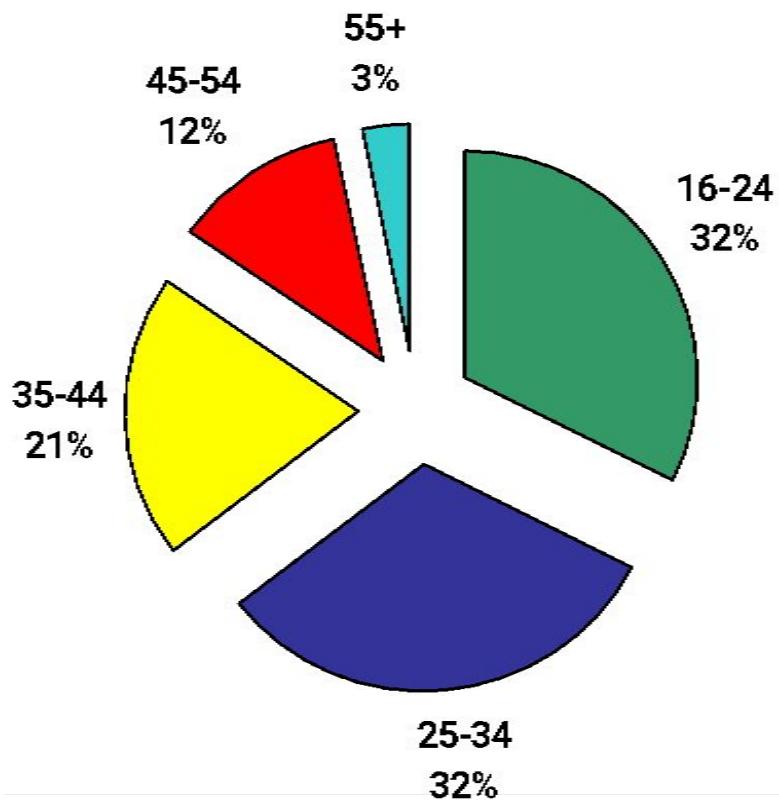
source: gemiusAudience, 04.2009

Возраст интернет-пользователей

Состав аудитории по возрасту



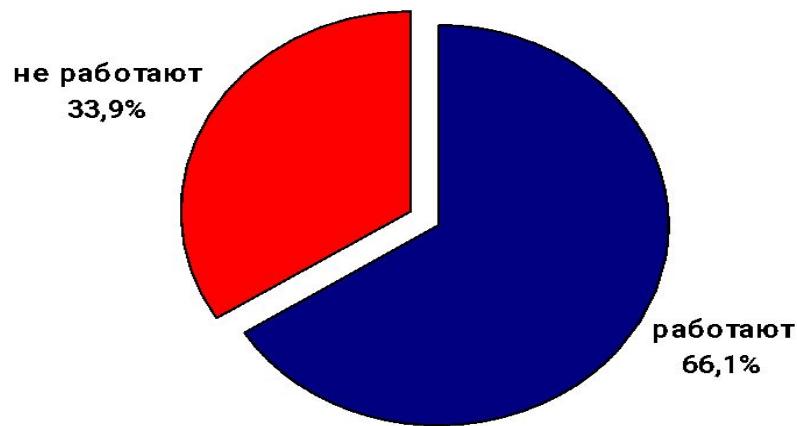
Состав просмотров по возрасту



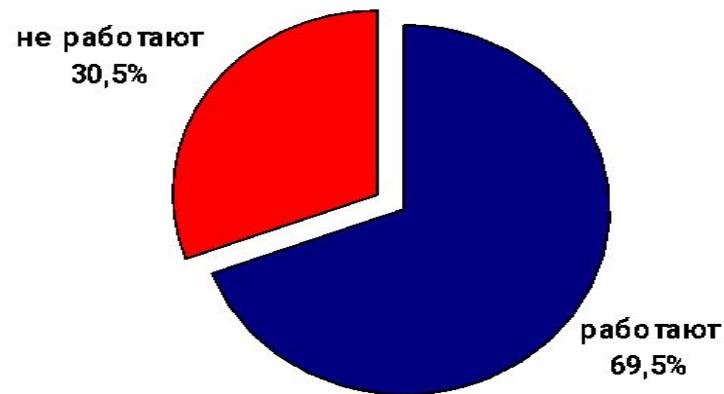
source: gemiusAudience, 04.2009

Наличие работы у интернет-пользователей

Состав аудитории по наличию работы

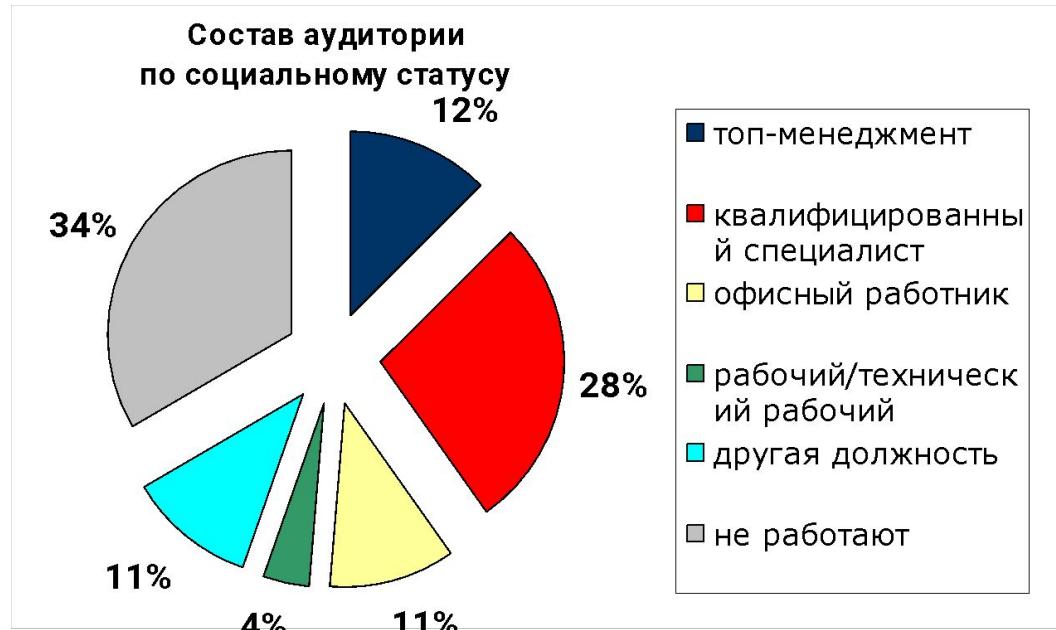


Состав просмотров по наличию работы



source: gemiusAudience, 04.2009

Социальный статус интернет-пользователей



source: gemiusAudience, 04.2009

2. Особенности медиапотребления интернет-пользователями Украины

Об исследовании

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

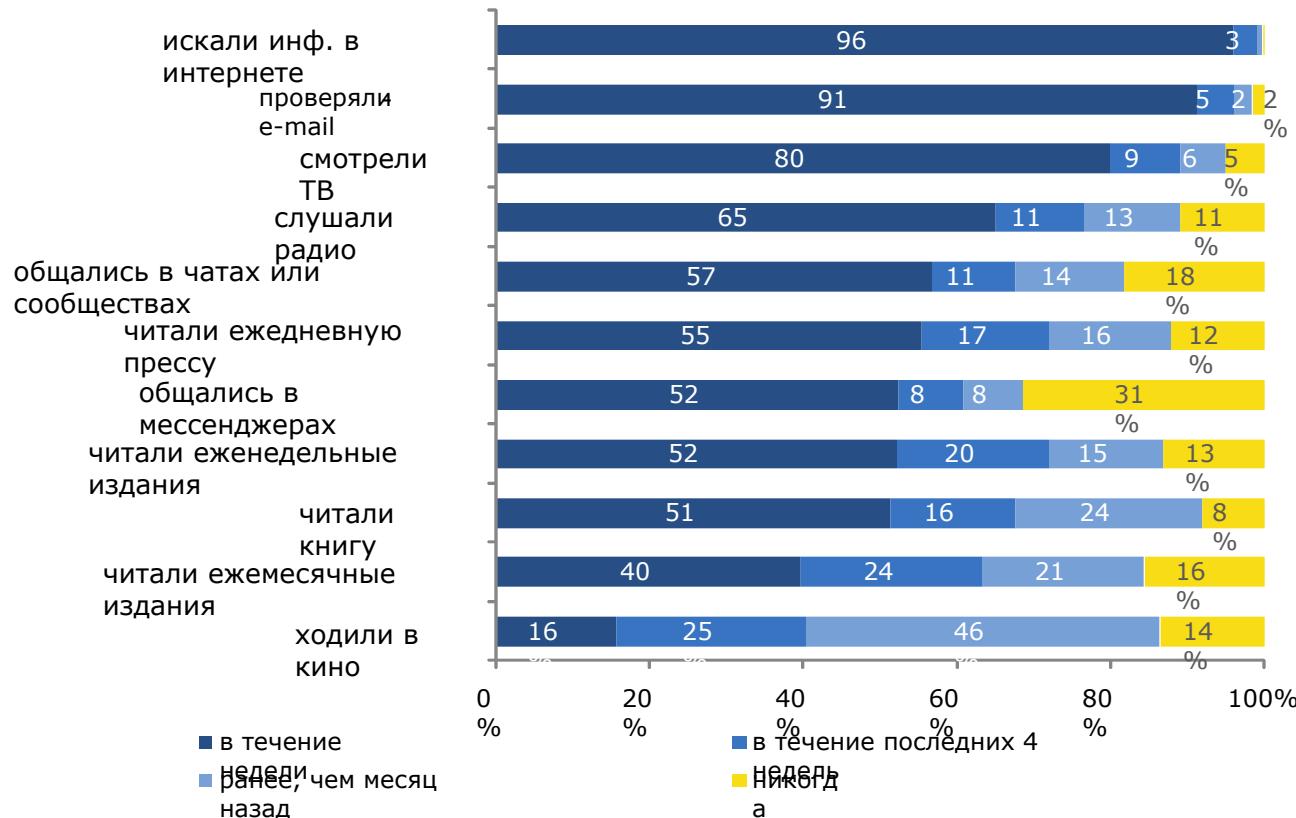
Исследование проведено методом CAWI (computer-assisted web interviewing). Респонденты приглашались к участию в опросе посредством случайных показов pop-up анкет посетителям сайтов: **Bigmir-Internet, Meta.ua, Liga.net, Oboz, marketgid.com** и посетителям сайтов, использующих бесплатный счетчик stat.ua.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



N=1500 – all respondents

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.

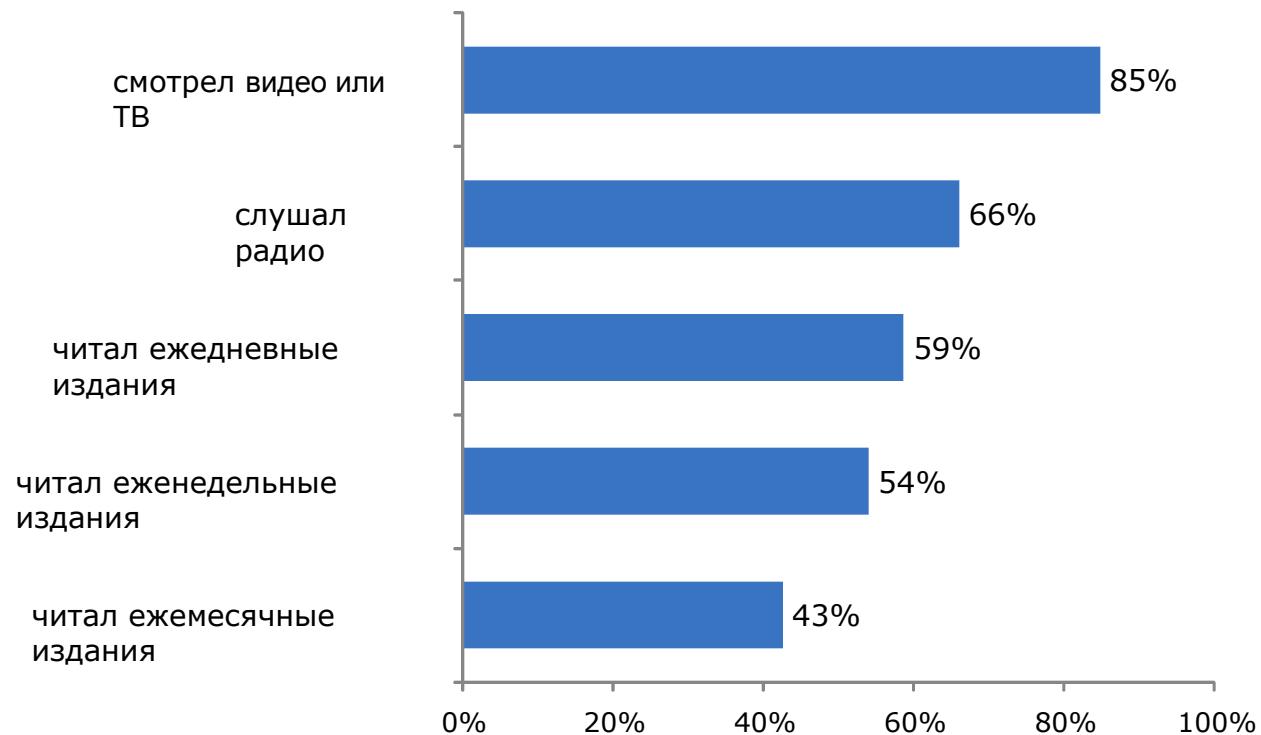
Менее популярными видами активности является чтение ежемесячных изданий и поход в кинотеатр.

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%.

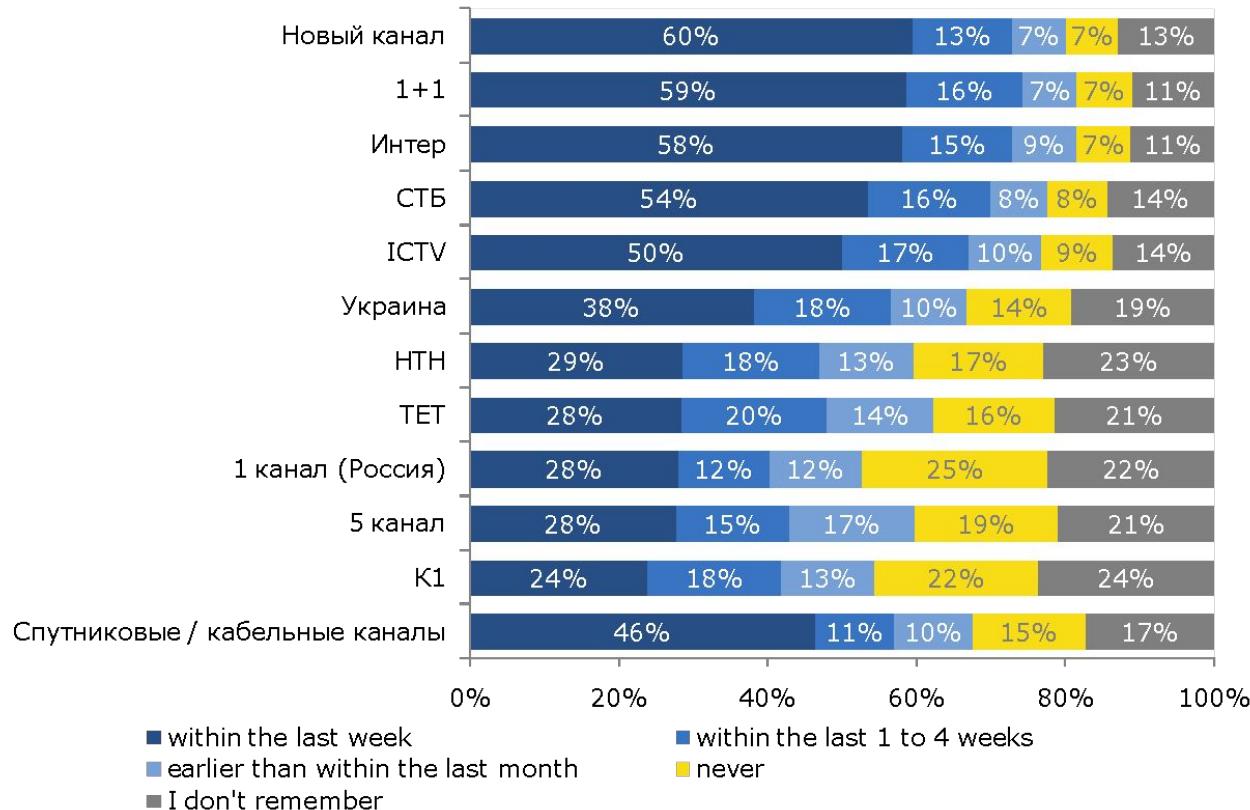
N = 1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

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.

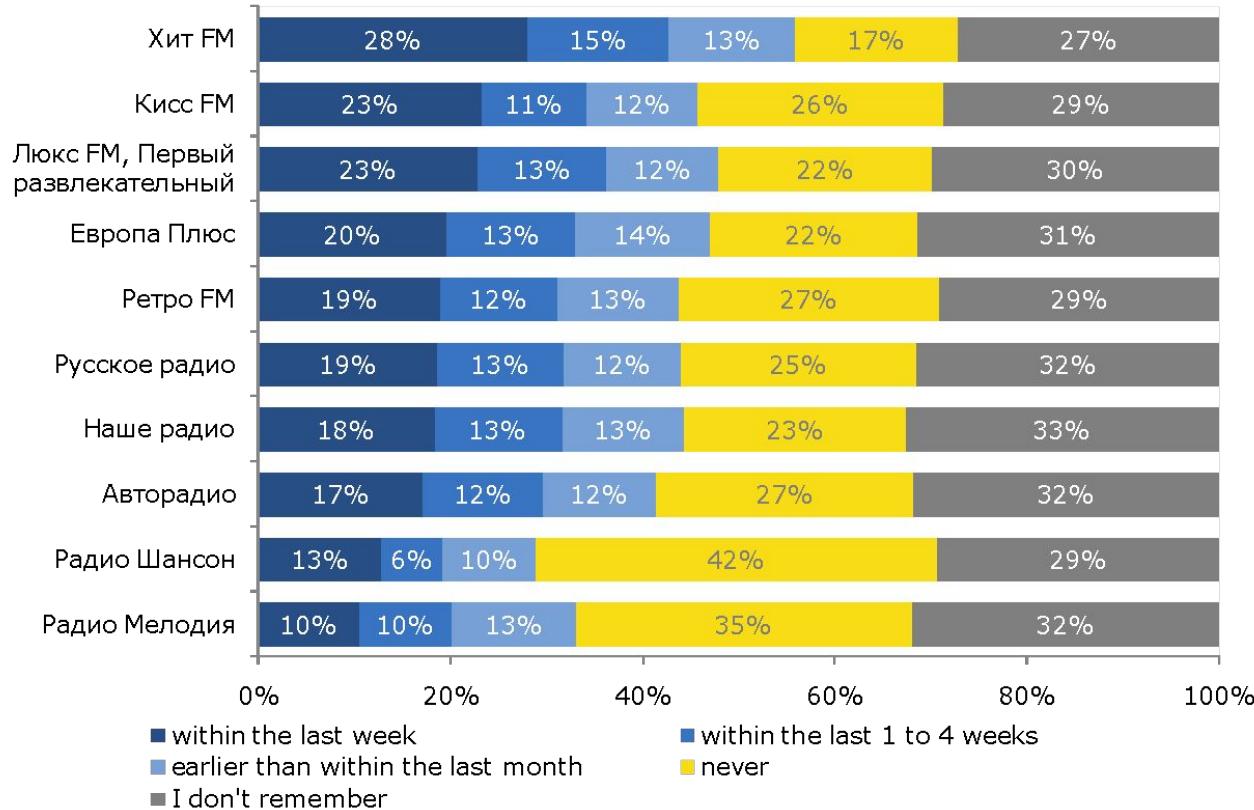
Каналы для опроса выбраны на основании рейтинга GfK
Украина январь 2009

N = 1416 – respondents who have ever watched TV

Source: gemiusReport, April 2009

Радио Станции

Когда в последний раз Вы слушали перечисленные радиостанции?



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

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

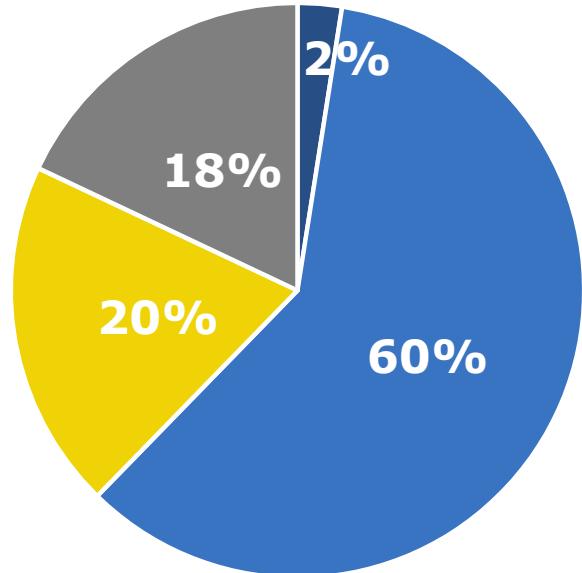
Source: gemiusReport, April 2009

3. Отношение пользователей к рекламе онлайн

Общее отношение к онлайн рекламе

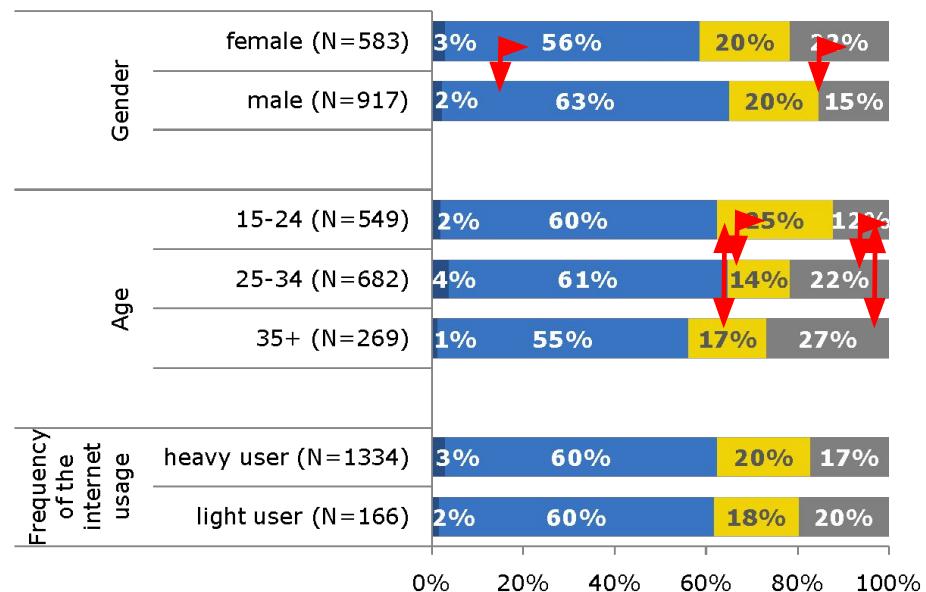
Доверие к онлайн рекламе

С каким из данных утверждений Вы согласны больше всего?



- 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.



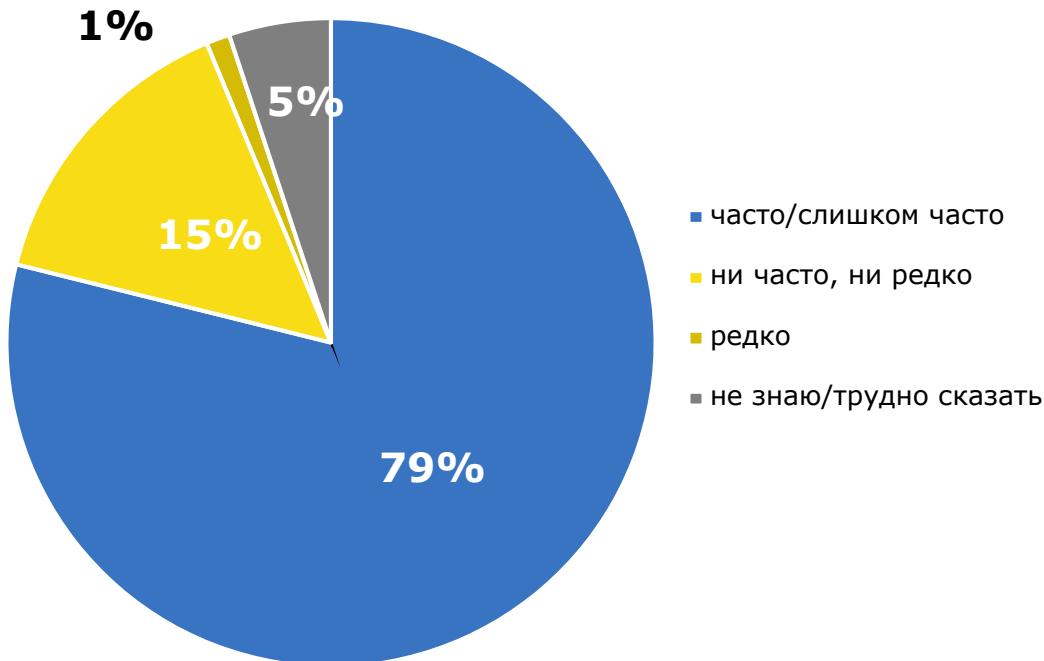
N = 1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

Общее отношение к онлайн рекламе

Мнение о частоте появления рекламы

По Вашему мнению, реклама в интернете появляется...



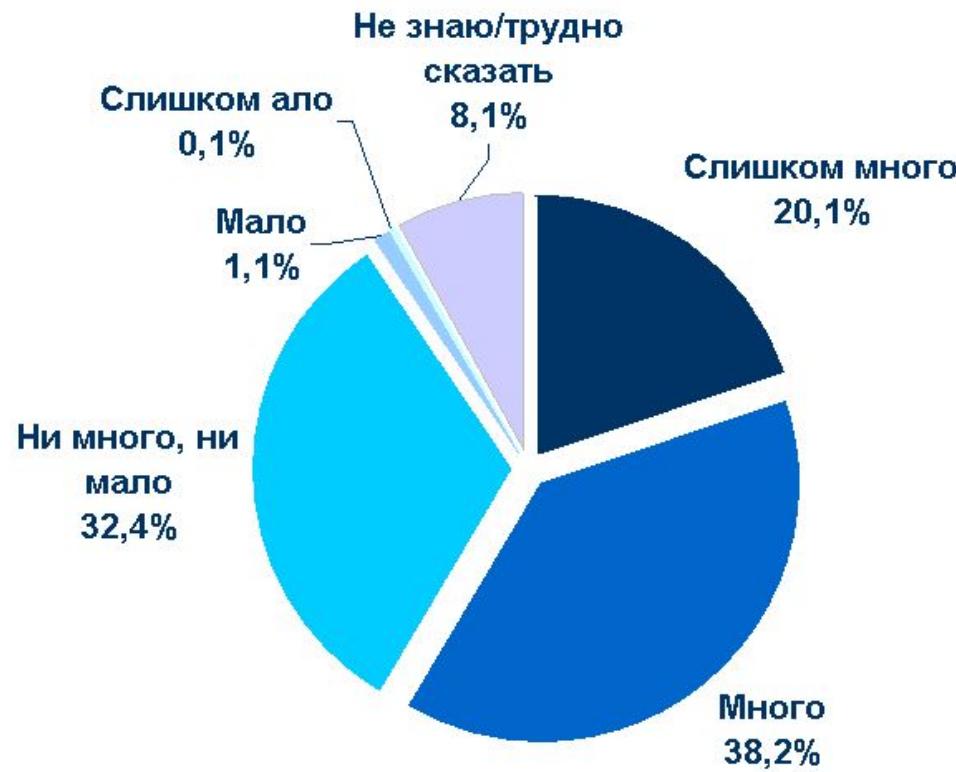
Почти четыре из пяти интернет-пользователя Украины считают, что реклама появляется слишком часто. Только 15% респондентов считают частоту появления рекламы нормальной.

N = 1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

Частота демонстрации рекламы – май 2006 г.

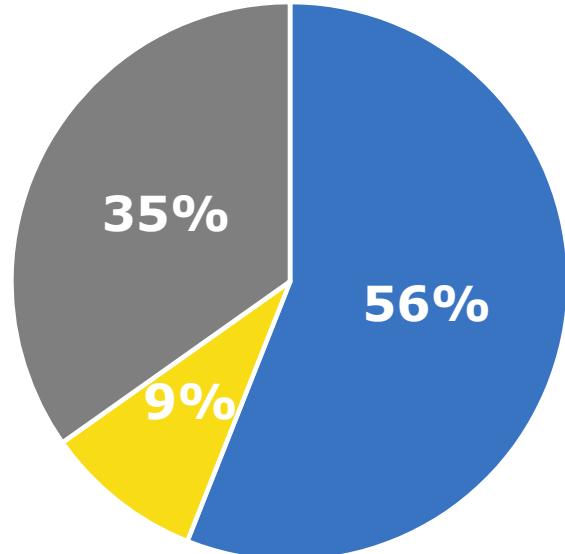
‘Считаете ли Вы, что рекламы в интернете...?’



Source: gemiusReport, May 2006

Общее отношение к онлайн рекламе

Онлайн реклама или платный контент?

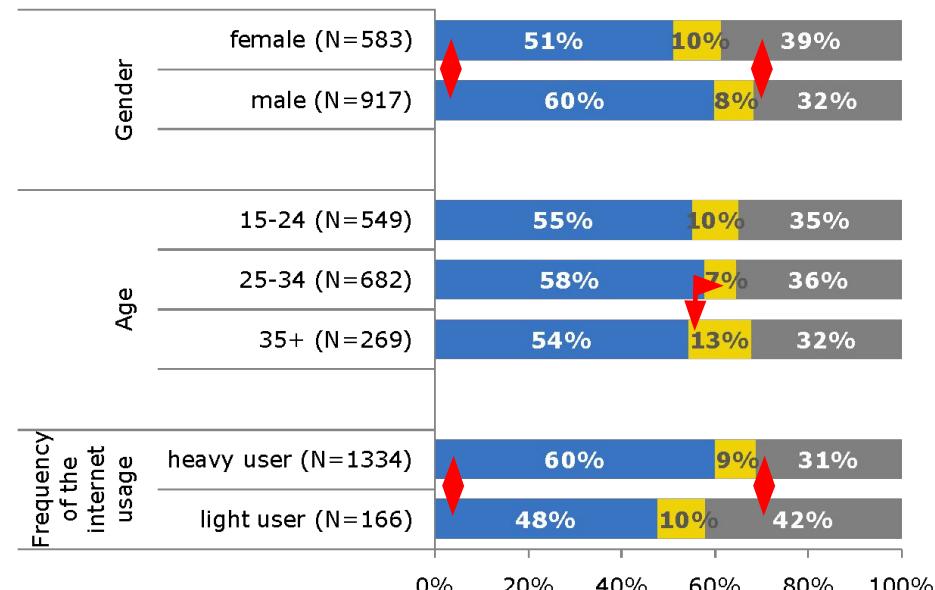


- Я воспринимаю рекламу как «плату» за доступ к сайту
- Я предпочитаю заплатить за доступ к сайту, нежели видеть рекламу
- Не знаю/трудно сказать

N = 1500 – all respondents

*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.



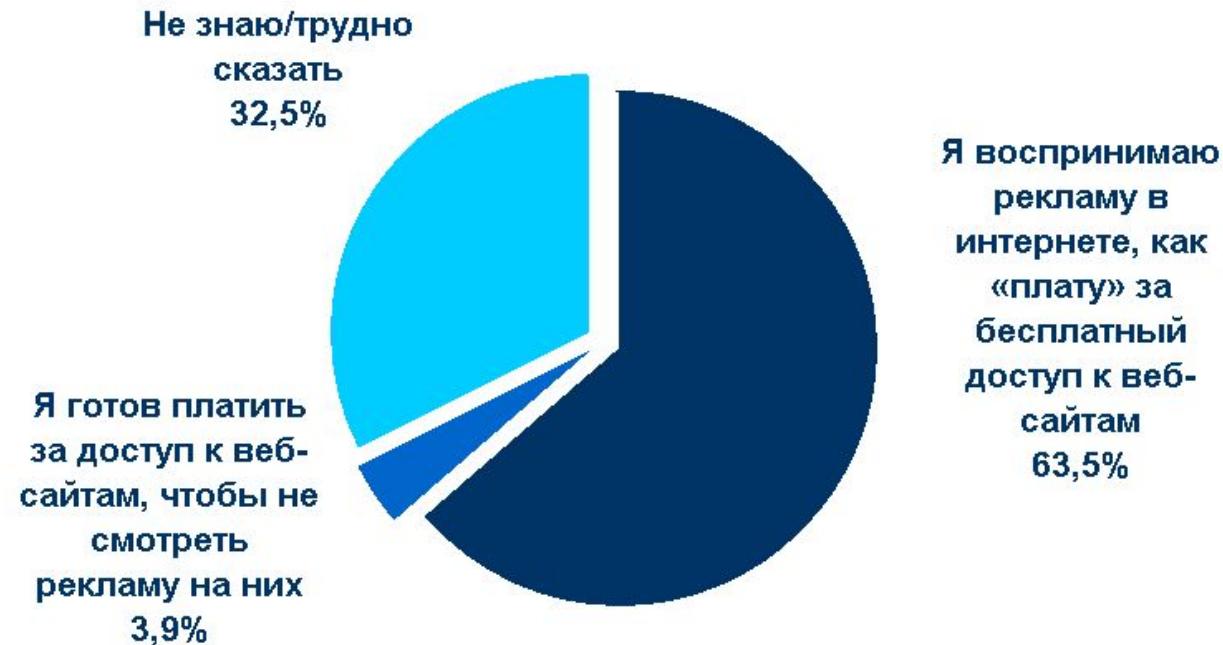
Source: gemiusReport, April 2009

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?'



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%
	Оригинальна/креативна	23%	22%	3%	9%	11%	21%
	Поощряет к приобретению товара/услуги	18%	22%	7%	15%	8%	17%
	Интересна	19%	18%	4%	12%	9%	16%
	Приятно смотреть/слушать	9%	16%	2%	8%	12%	17%
	Я доверяю такой рекламе	8%	11%	3%	10%	5%	8%
Negative statements	Непонятна	11%	10%	18%	11%	14%	11%
	Скучная	16%	20%	25%	26%	23%	18%
	Раздражает	39%	55%	55%	18%	35%	18%
	Ничего из перечисленного	19%	16%	20%	23%	21%	23%
Наивысший процент для каждого из утверждений выделен цветом.				Сумма ответов не составляет 100%, т.к. допустим множественный выбор.			

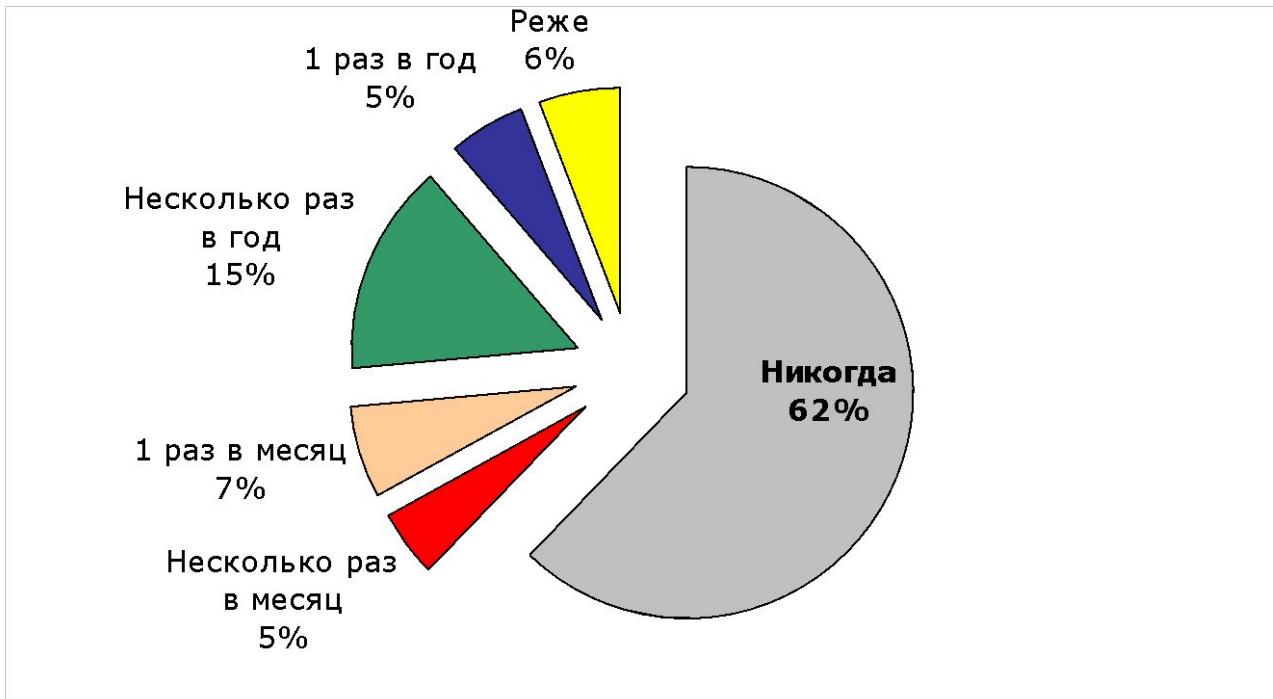
N = 1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

4. Онлайн покупатели Украины



Е-комерция: частота покупок по интернету

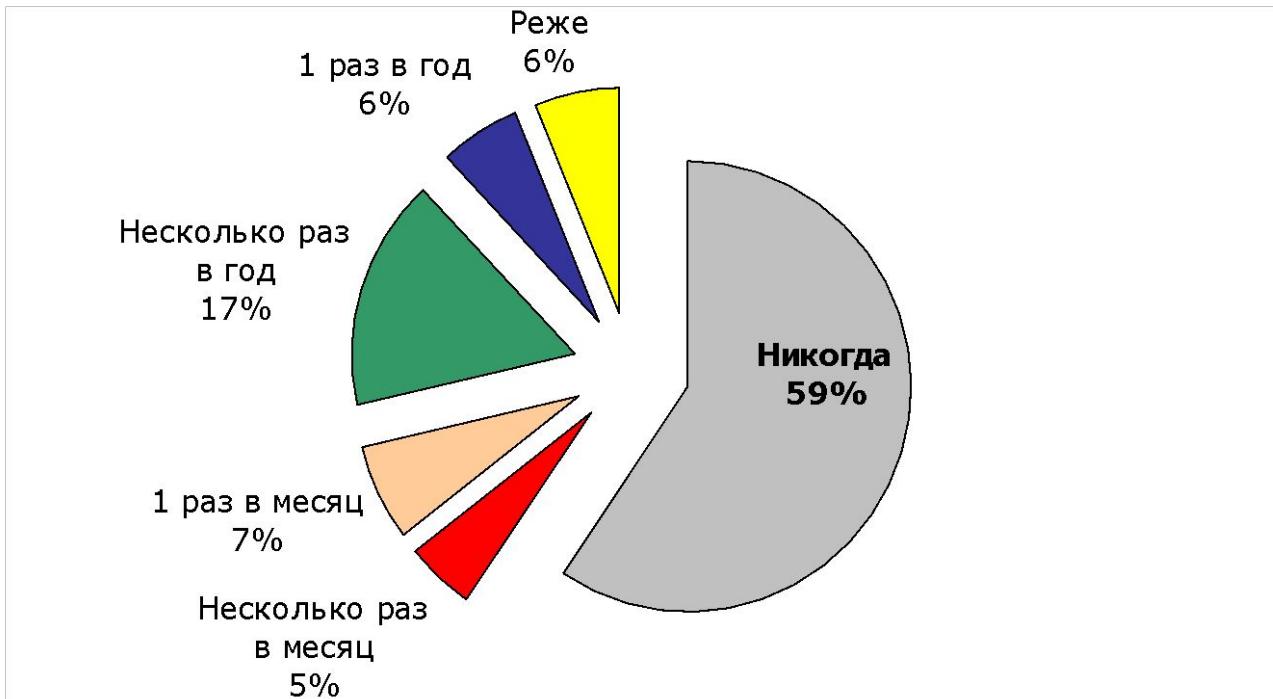


Источник: gemiusAudience, 02.2009

В феврале 2008 доля покупателей составляла чуть более 31%



Е-комерция: частота покупок по интернету



Источник: gemiusAudience, 04.2009



Покупатели по регионам. апрель 2009

НЕТ **ДА**

		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%
Житомирска я		73,0 7%	26,9 3%
Ровенская		73,4 7%	26,5 3%
Николаевска я		74,6 1%	25,3 9%
Днепропетро вская		74,8 2%	25,1 8%
Тернопольск ая		75,5 6%	24,4 4%
Одесская		75,8 9%	24,1 1%
Винницкая		76,1 3%	23,8 7%

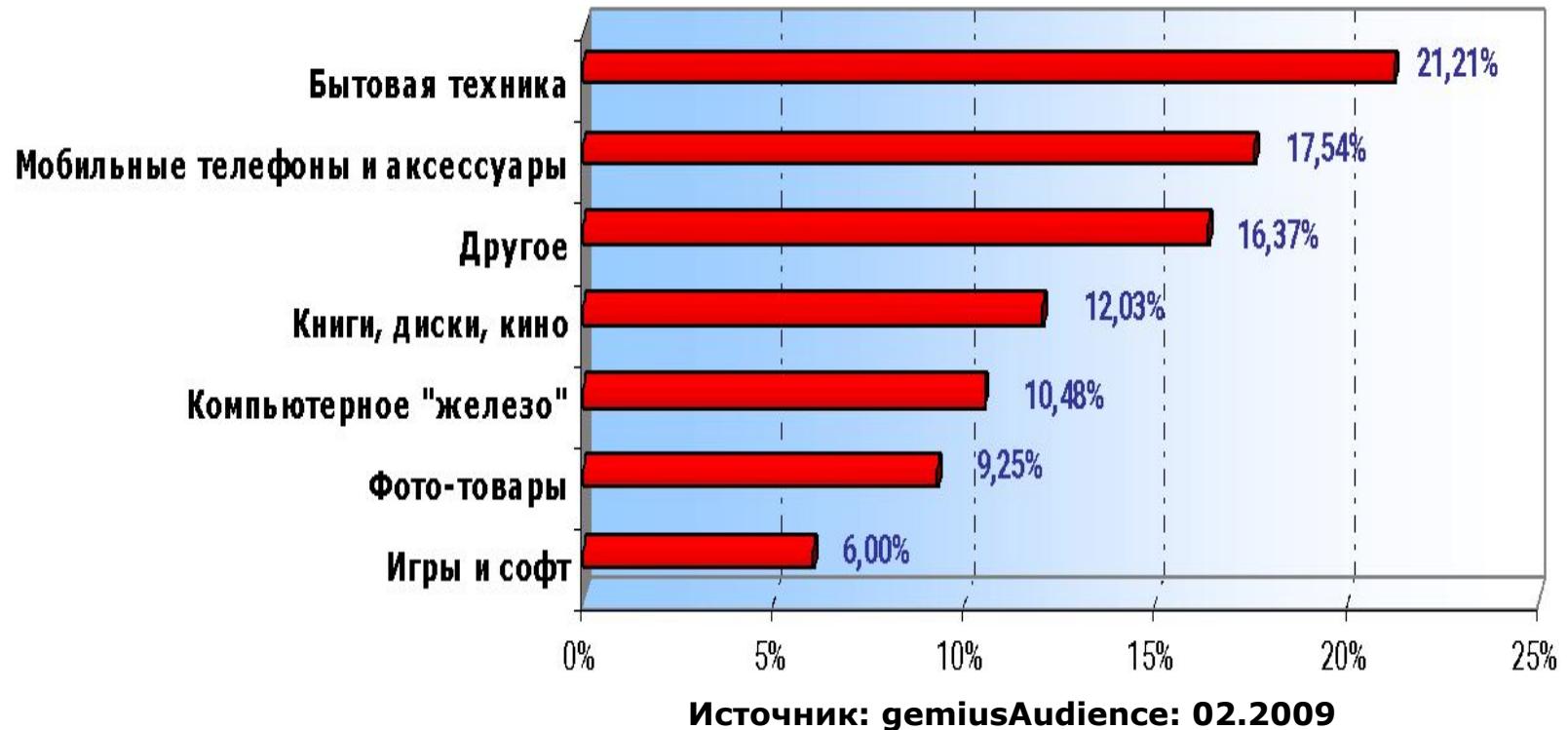
НЕТ **ДА**

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%
Кировоградск ая	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



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%
оффисный 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