

# Аудитория Уанета февраль 2010 г.

gemiusAudience

апрель 2010 г., Донецк

# 1. Аудитория Уанета

## Февраль

ок. 8 433 000 чел. (real users, 16+)

ок. 8 573 000 чел. (real users, 14+)

## Январь 2010

ок. 8 231 000 чел. (real users, 16+)

ок. 8 439 000 чел. (real users, 14+)

## Февраль 2009

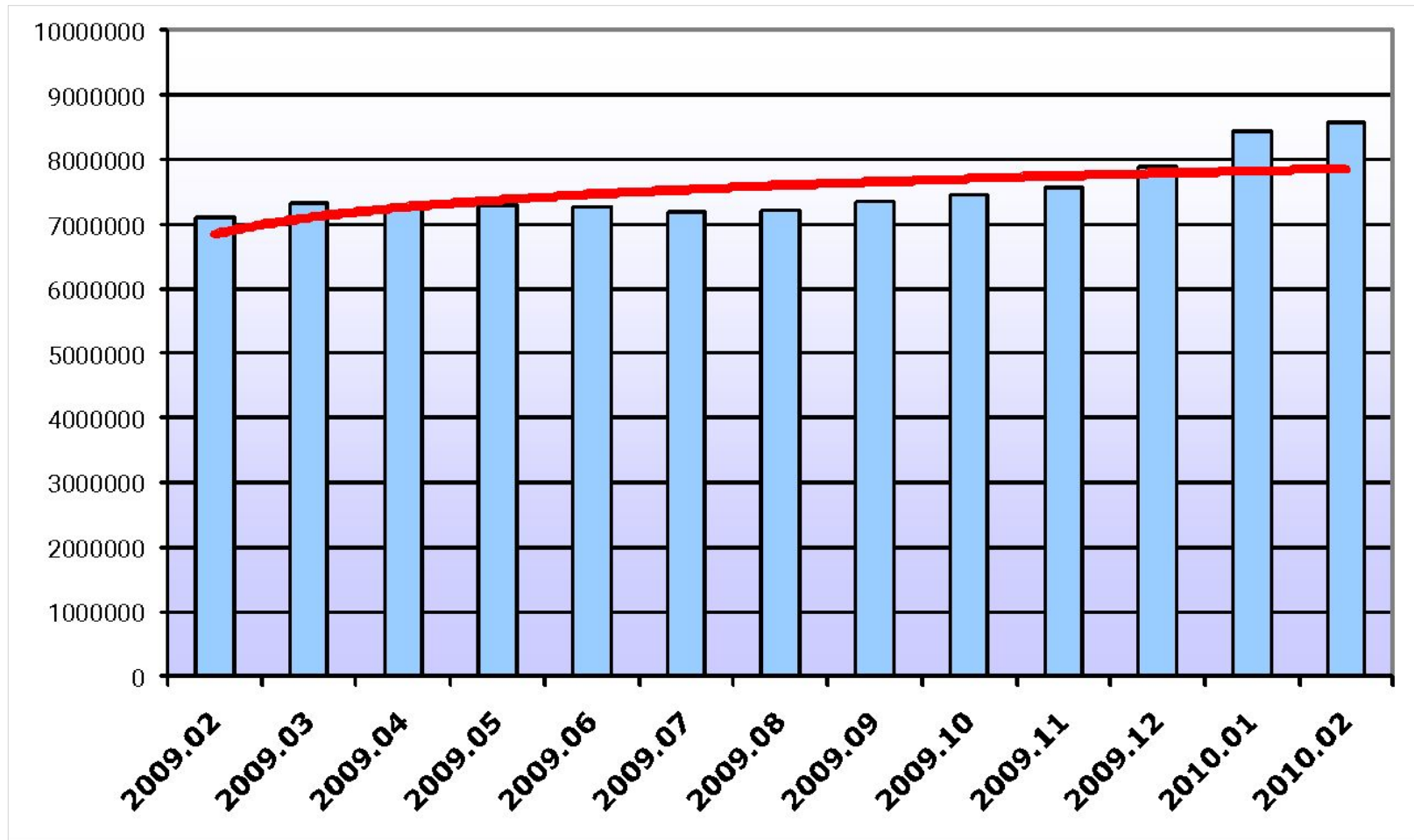
ок. 7 092 000 чел. (real users, 16+)

- ***gemiusAudience***, февраль 2010 г.
- *Охват исследования: ок. 90% украинских пользователей интернета.*
- *В отчете представлены 277 сайтов.*
- *Соц-дем отчет составлен на основании 47546 анкет*

**source: gemiusAudience, 02.2009,  
01.2010, 02.2010**

# Онлайн аудитория Украины за год: нестабильный рост

Рост по сравнению с февралем 2009 г. – 1,34 млн. или ок. 19% (ауд. 16+).

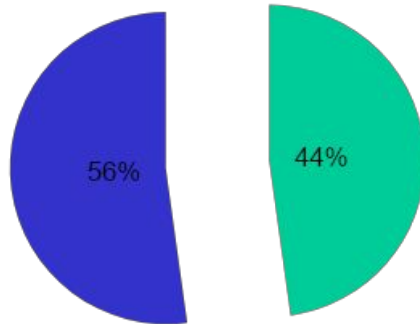


source: gemiusAudience,  
02.2009-02.2010

# Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по полу

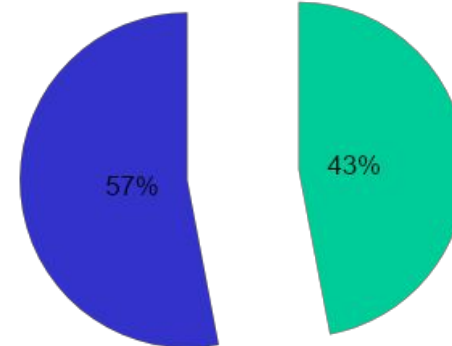
мужчин



женщин

Состав просмотров страниц по полу

мужчин

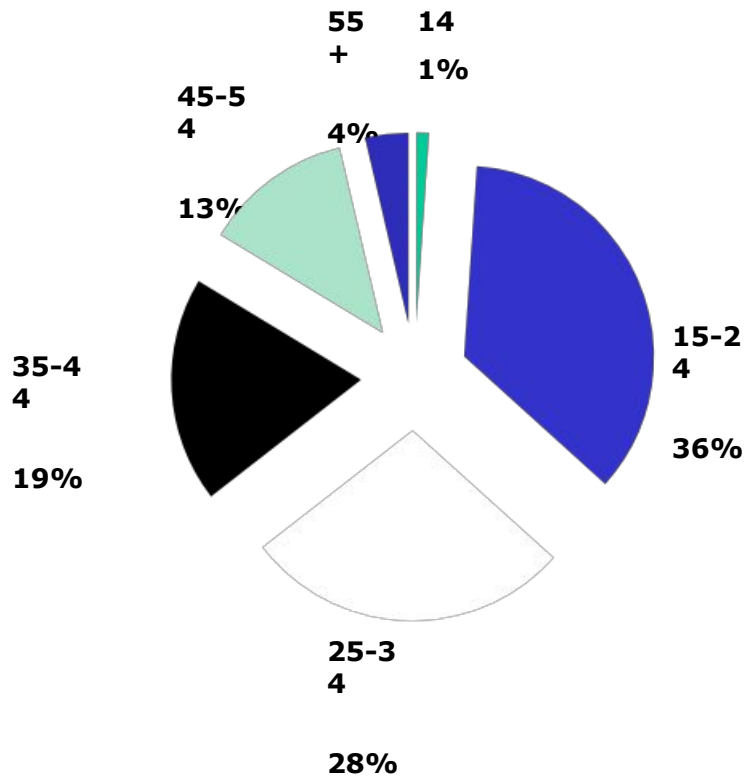


женщин

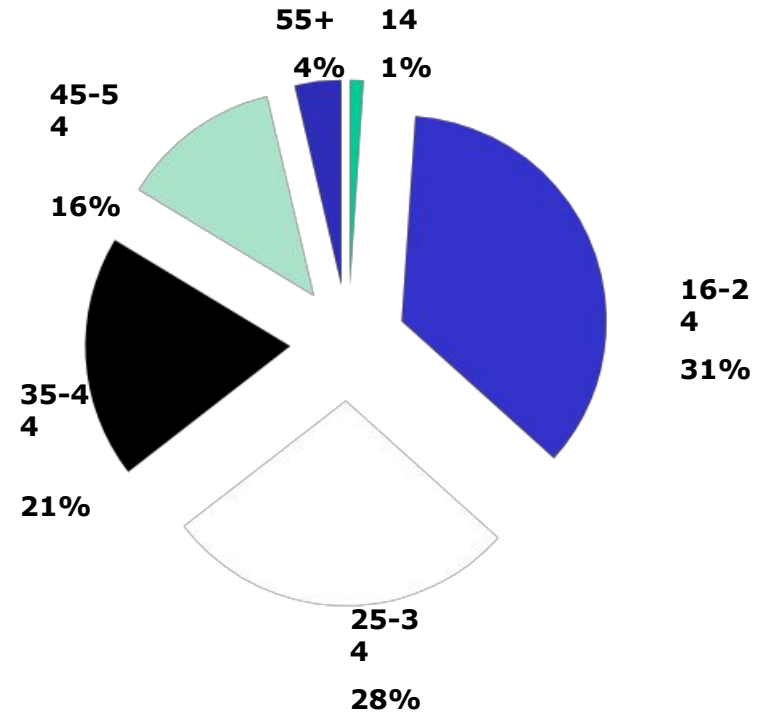
source: gemiusAudience, 02.2010

# Онлайн аудитория Украины

## Состав аудитории по возрасту



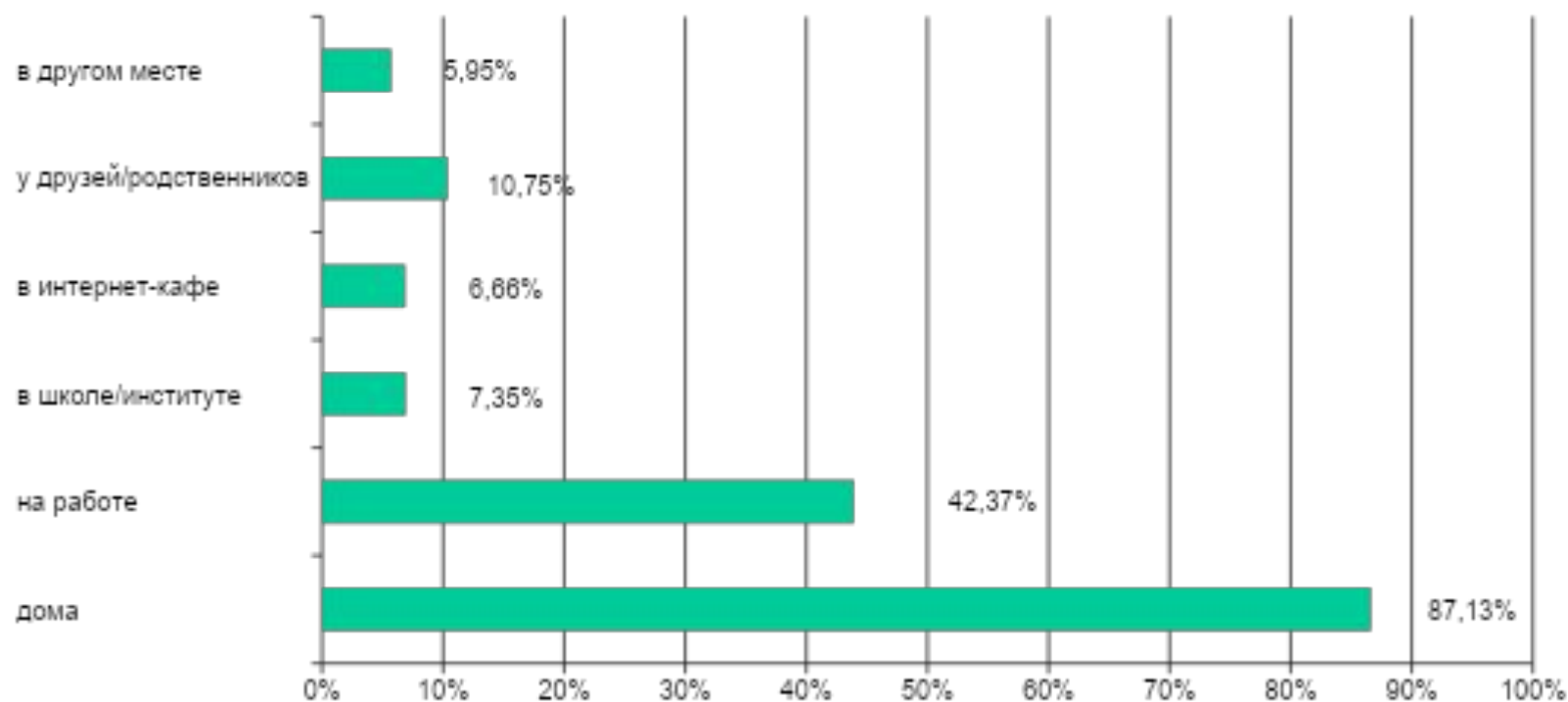
## Состав просмотров страниц по возрасту



source: gemiusAudience, 02.2010

# Онлайн аудитория Украины

Где у пользователей есть возможность выхода в интернет в течение месяца



source: gemiusAudience, 02.2010

# Онлайн аудитория Украины

## Состав аудитории по регионам



## Топ-5 регионов по активности среднего пользователя

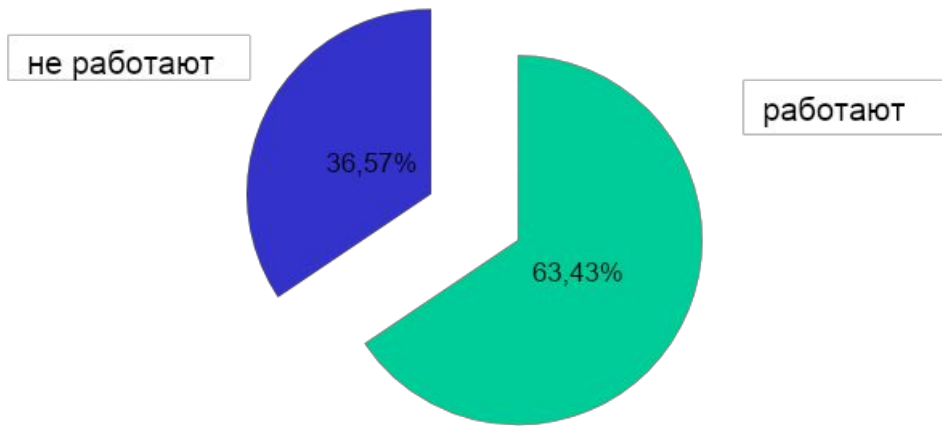
Область	Ср. число просмотров на посетителя	Ср. время на посетителя [ч:мин:сек]
Полтавская	455,21	8:35:47
Хмельницкая	446,66	9:23:29
Черновицкая	417,58	10:29:36
Крым	404,14	11:05:23
Запорожская	399,14	8:55:10

source: gemiusAudience, 02.2010

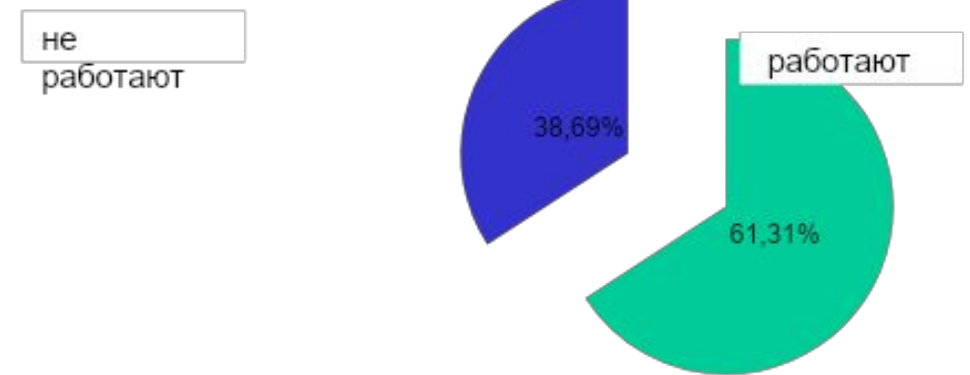


# Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по наличию работы

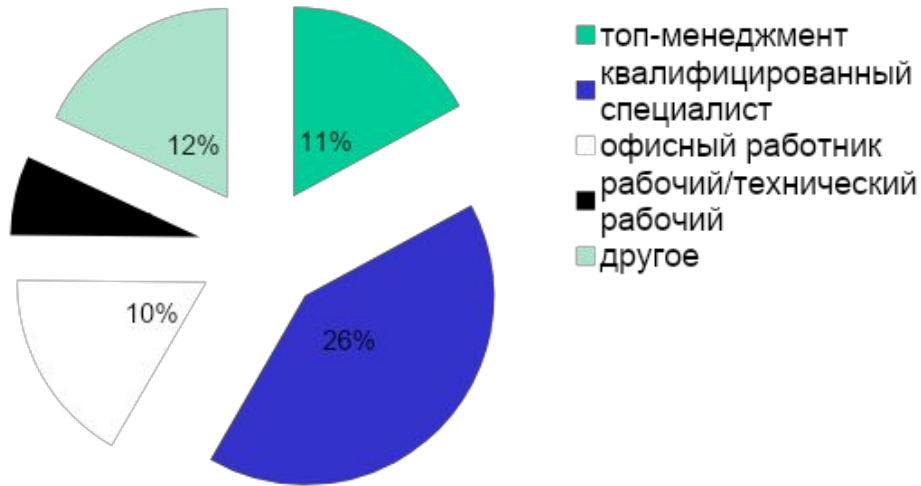


Состав просмотров страниц по наличию работы

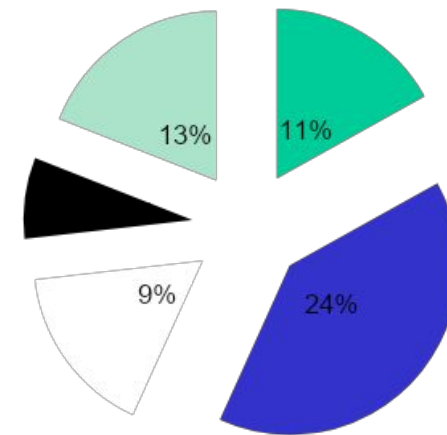


source: gemiusAudience, 02.2010

## Состав аудитории по роду занятий



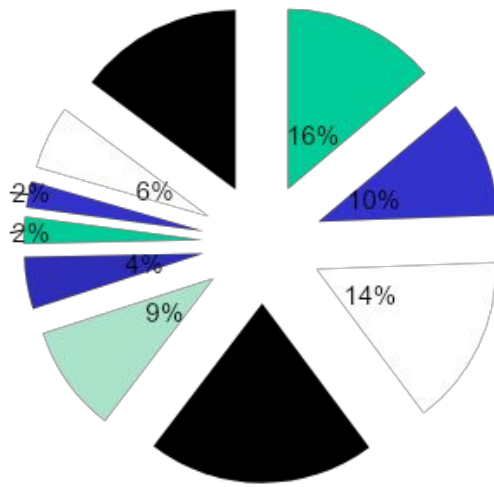
## Состав просмотров страниц по роду занятий



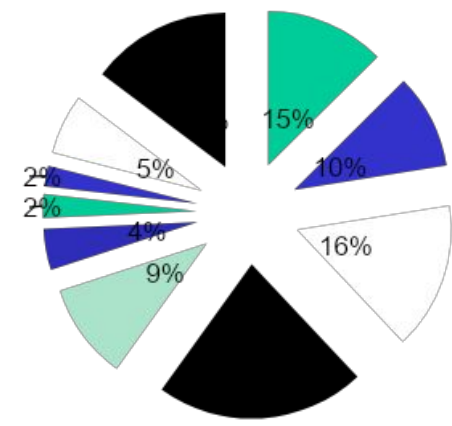
# Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по уровню дохода (месяц)

Состав просмотров страниц по уровню дохода



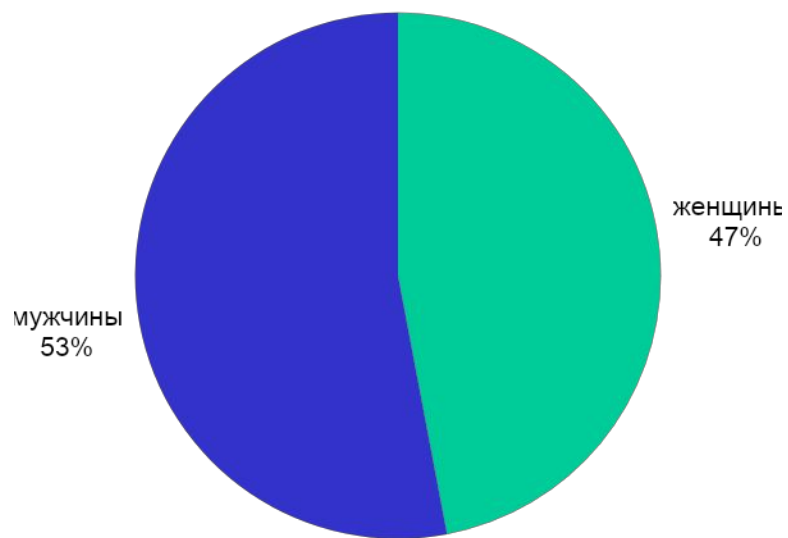
- нет дохода
- 1-700 ГРН
- 701-1500 ГРН
- 1501-3000 ГРН
- 3001-4500 ГРН
- 4501-5500 ГРН
- 5501-6500 ГРН
- 6501-8000 ГРН
- 8000 ГРН и более
- нет ответа



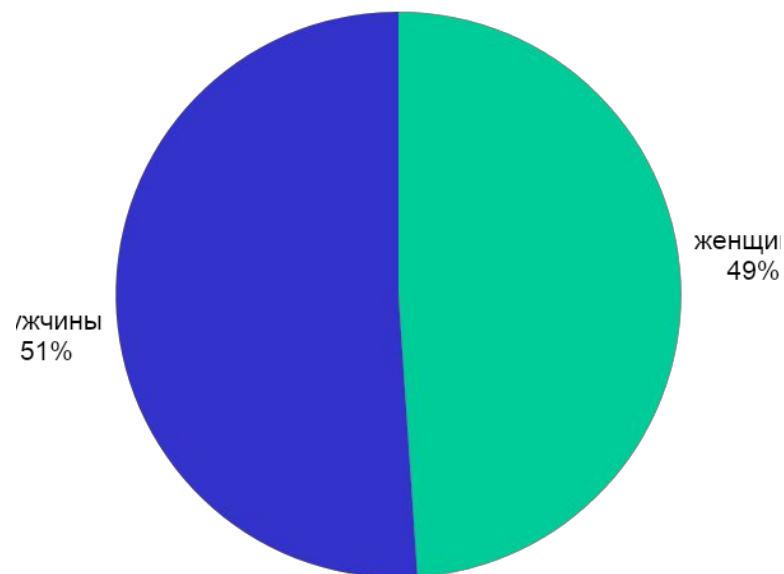
source: gemiusAudience, 01.2010

# Онлайн аудитория Донецкой области

Состав аудитории по полу



Состав просмотров страниц по полу

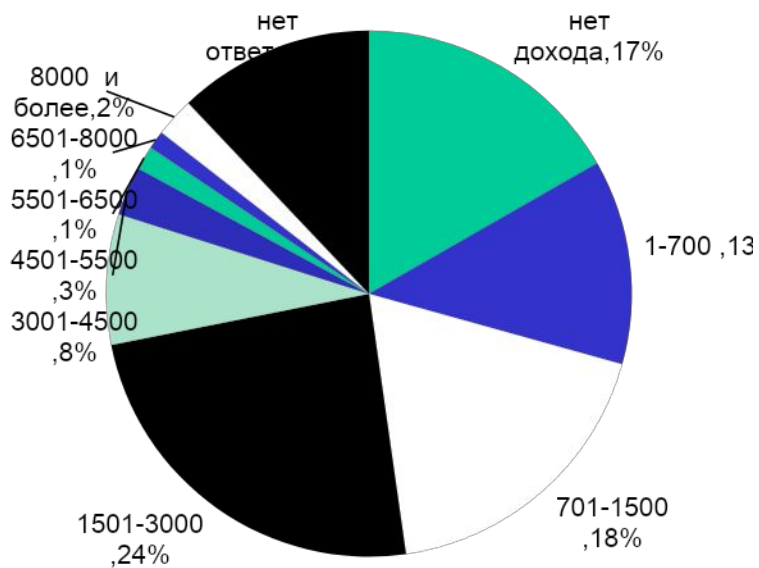


# Онлайн аудитория Донецкой области

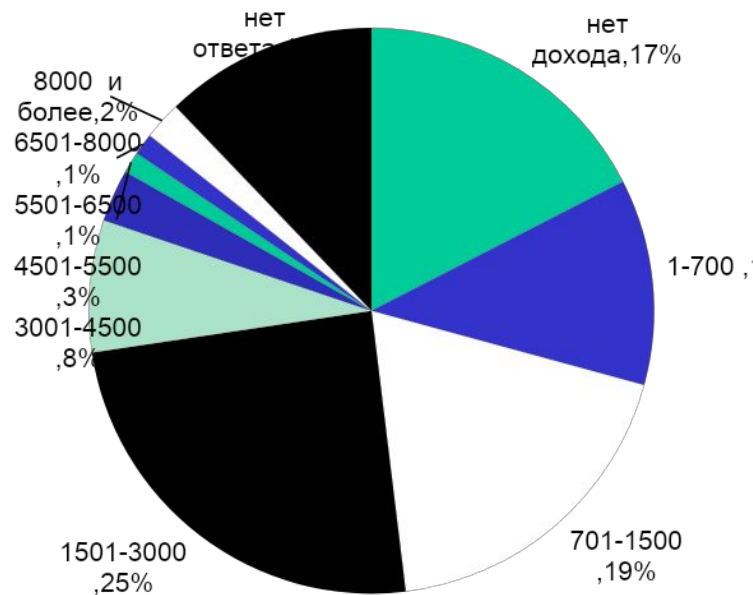
Группа	Ср. число просмотров на посетителя	Ср. время на посетителя [ч: мин:сек]	Ср. длительность просмотра [ч:мин:сек]	Ср. число сессий на посетителя
женщина, Донецкая область	344,20	10:31:37	0:01:50	55,75
мужчина, Донецкая область	318,78	9:58:46	0:01:53	54,39
женщина, Украина	285,10	8:03:27	0:01:42	52,76
мужчина, Украина	303,84	7:57:02	0:01:34	56,50

# Онлайн аудитория Донецкой области

## Состав аудитории по доходу



## Состав просмотров страниц по доходу

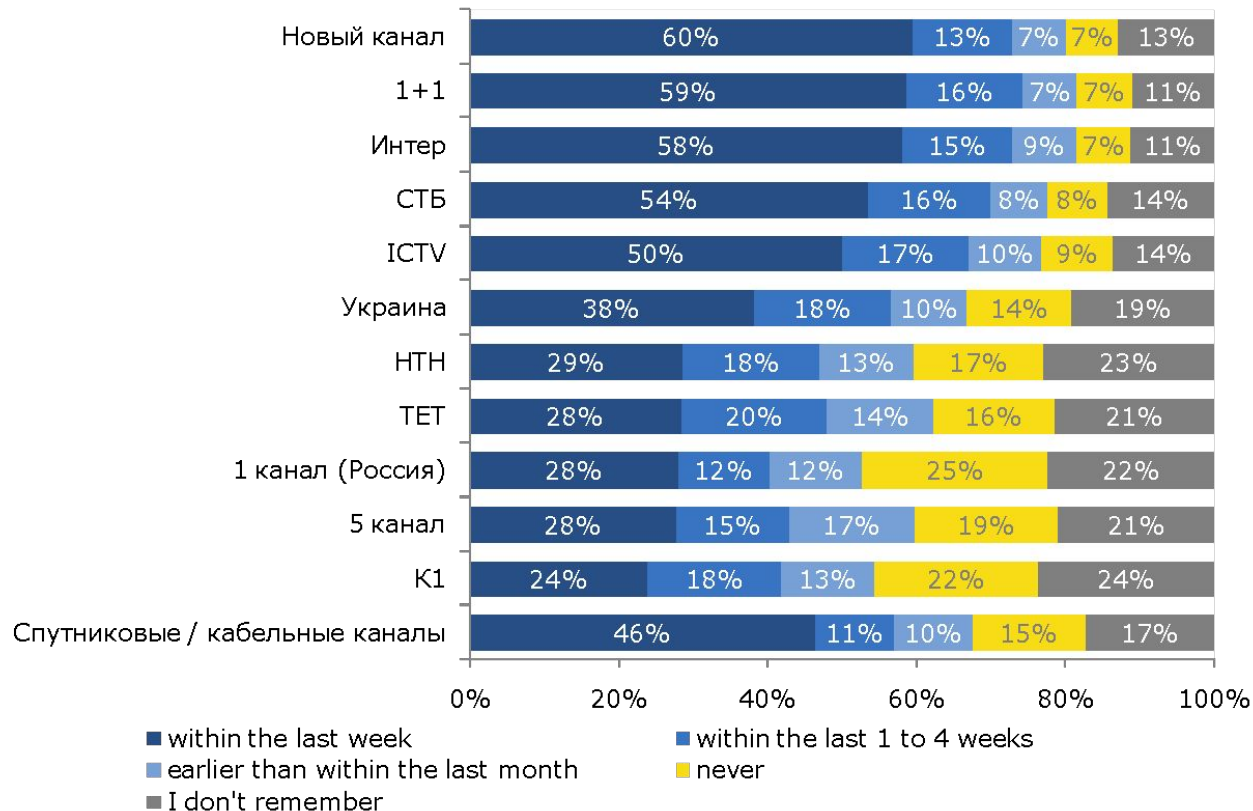


## **2. О некоторых особенностях «новых медиа»**

# 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.

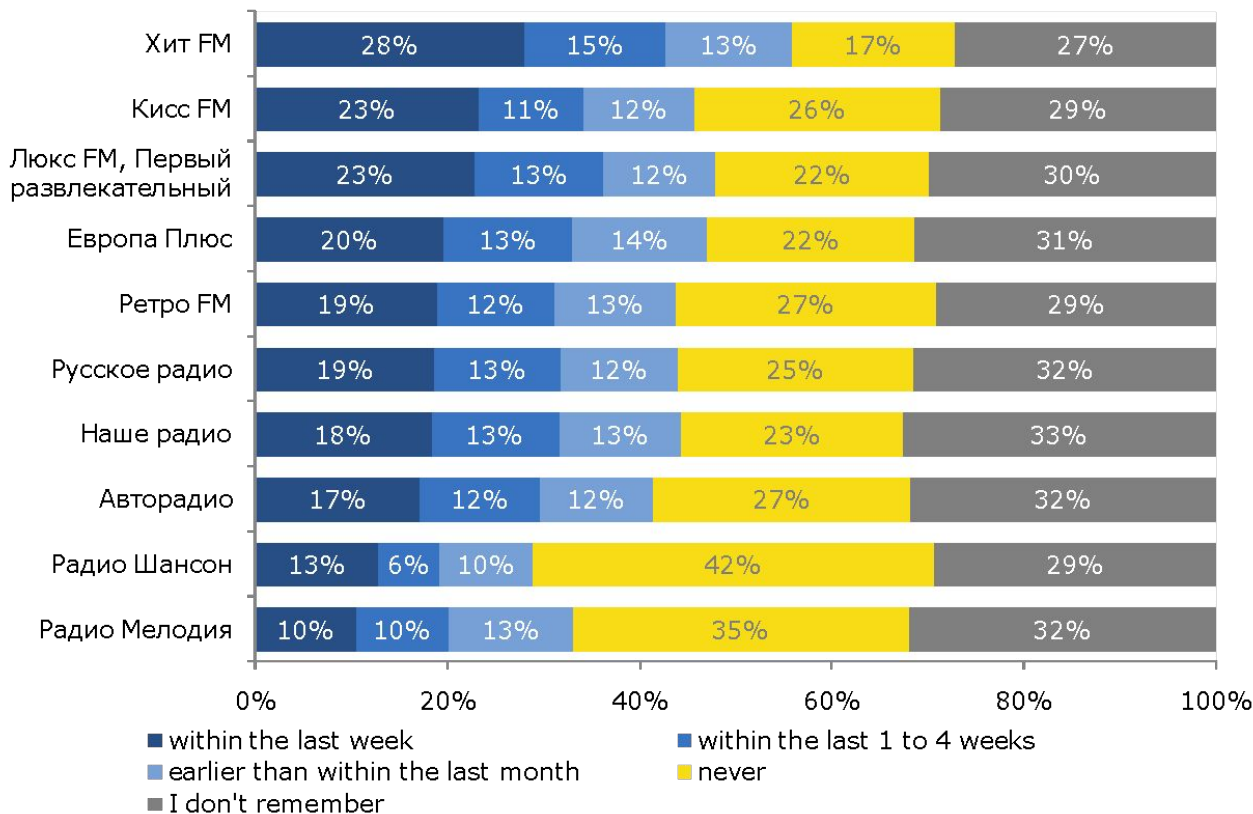
Каналы для опроса выбраны на основании рейтинга GfK  
Украина январь 2009

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

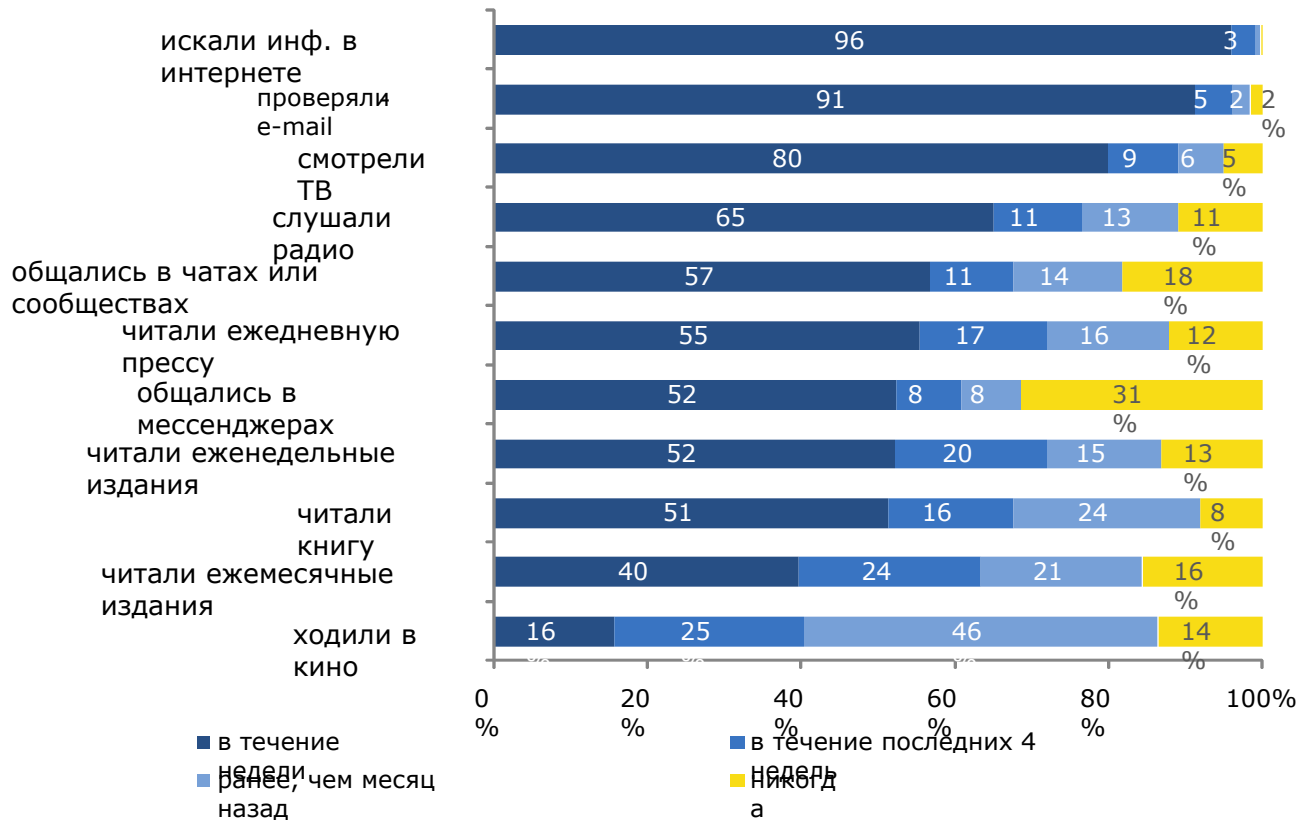
*N = 1334 – respondents who have ever listened to the radio*

*Source: gemiusReport, April 2009*

# 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 ежемесячных изданий и поход в кинотеатр.

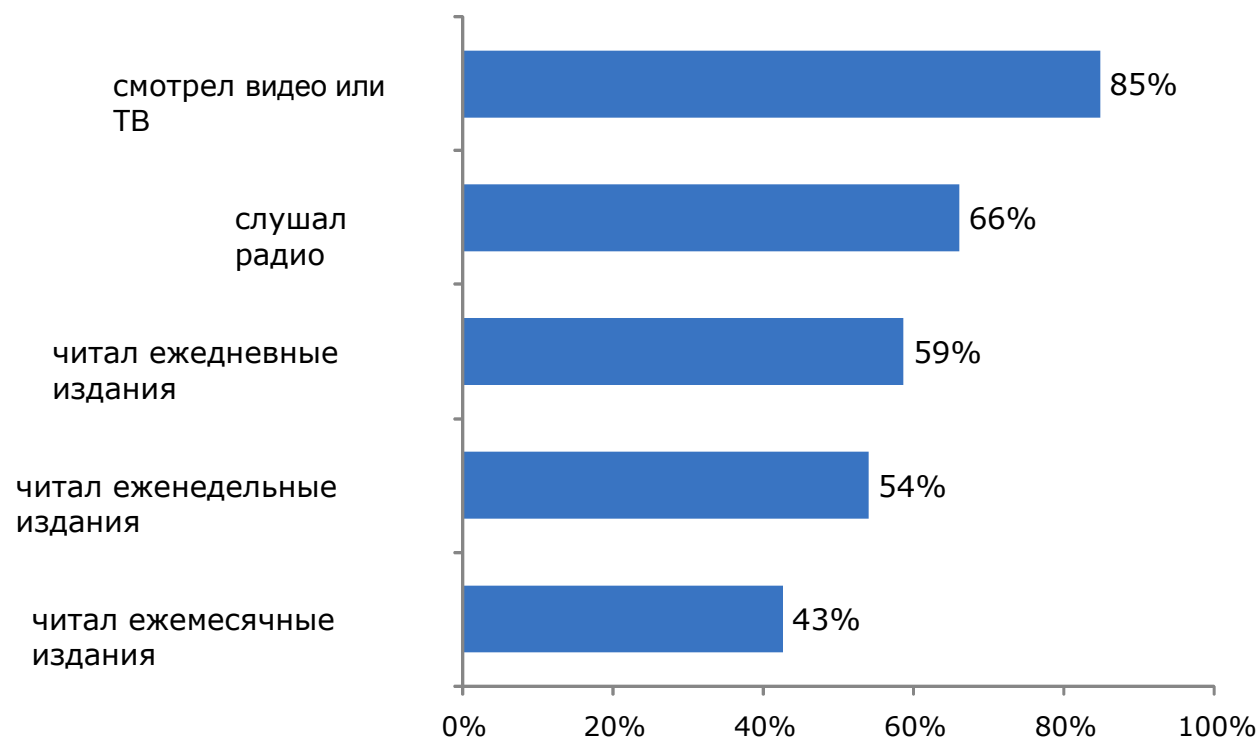
N=1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

# Использование «традиционных медиа» в интернете

## Общее распределение

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



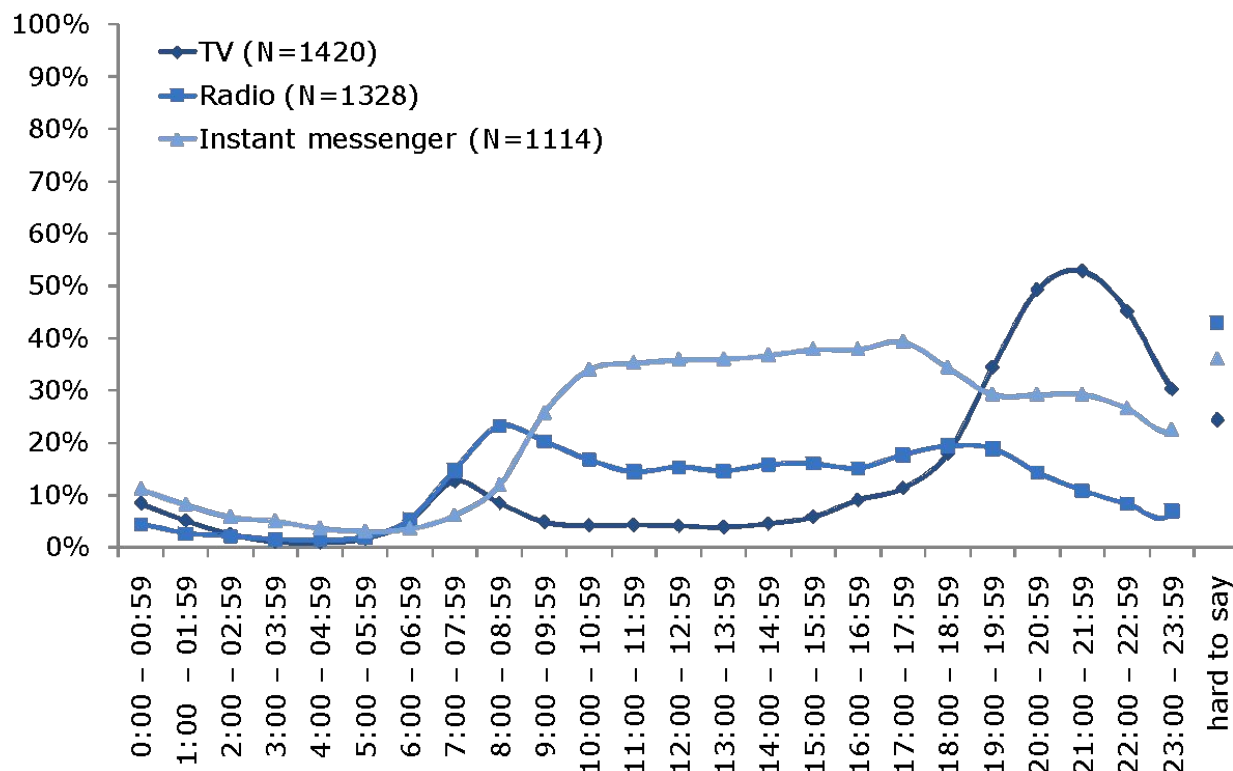
Более четырех из пяти интернет-пользователей Украины смотрели в интернете ТВ или видео. На втором месте – прослушивание радио онлайн, чтение электронных версий ежедневных газет немногим менее популярно. Более половины респондентов также читали еженедельные журналы в интернете. Наименьшее, но все же высокое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

N = 1500 – all respondents

# Общее медиапотребление

## Часы использования в рабочие дни

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



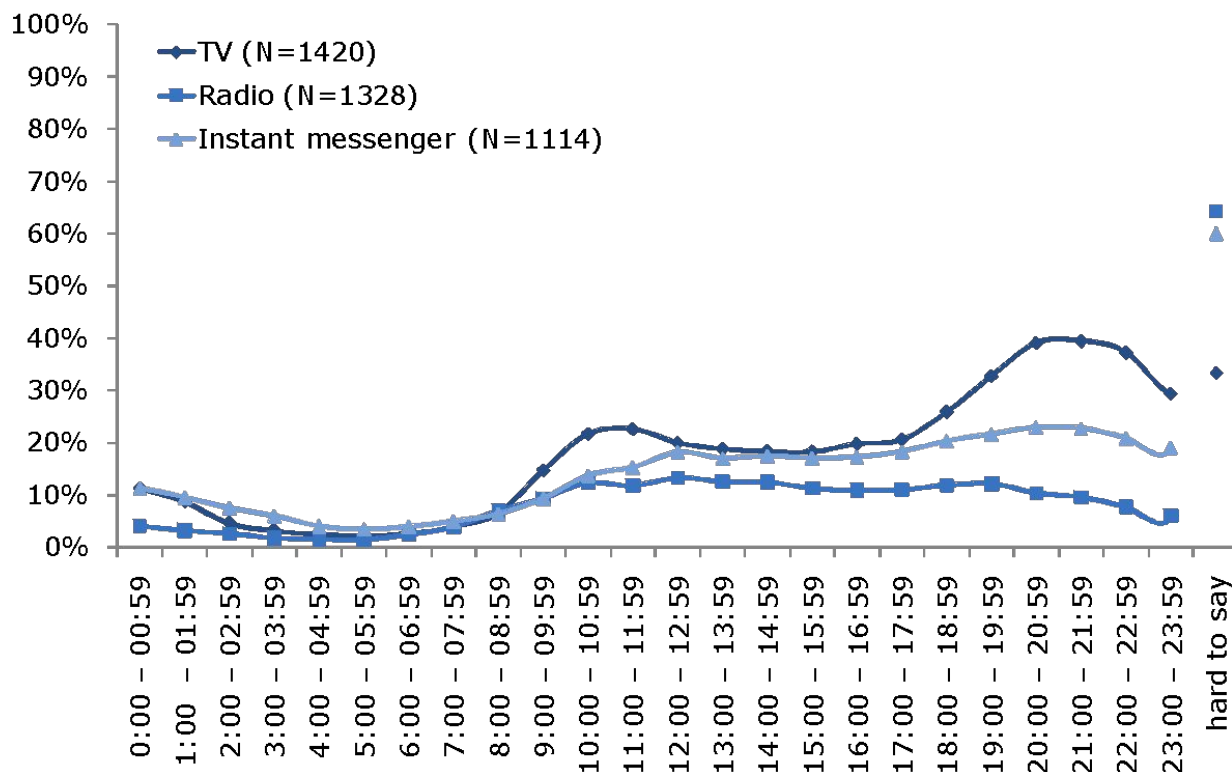
Распределение по часам для ТВ, радио и общению в мессенджерах в рабочие дни показывает, что самый высокий процент пользуется мессенджерами утром и днем. Модели телесмотра и радиослушания значительно отличаются от пользования мессенджерами: самый высокий уровень – вечером; а 15-20% пользователей слушают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

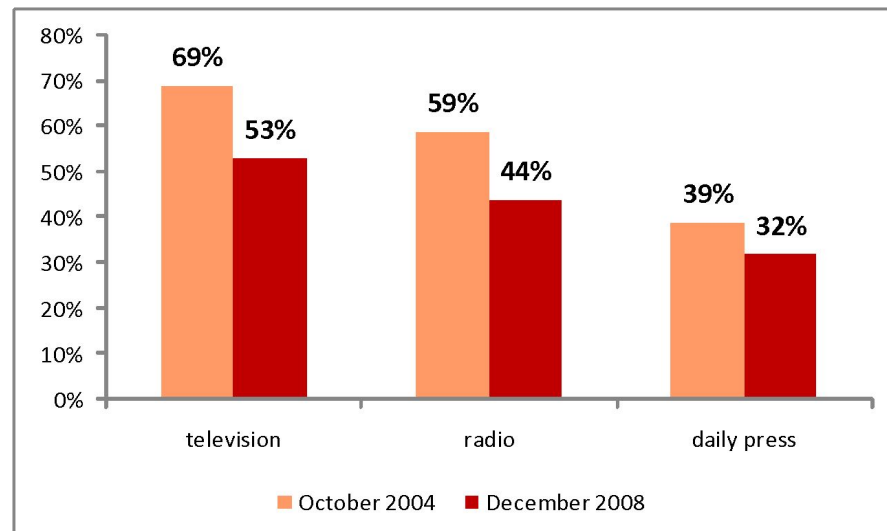
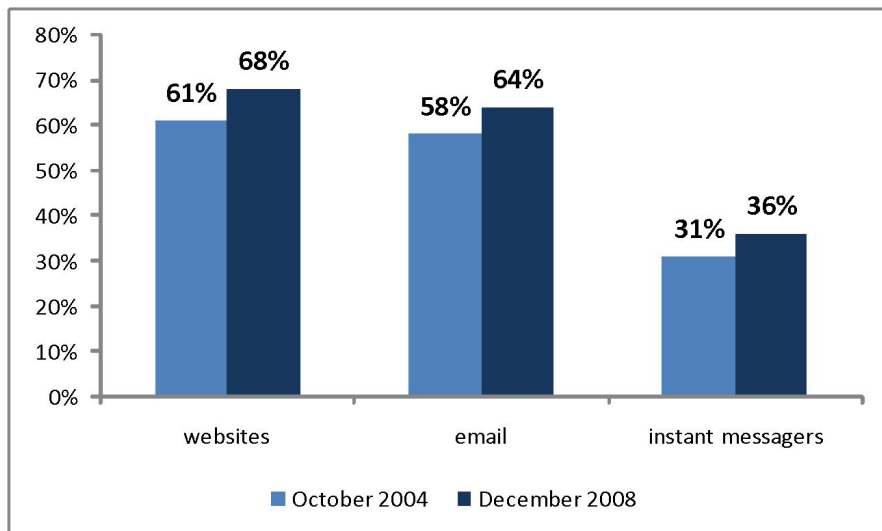
*В какие часы Вы обычно... смотрите ТВ, слушаете радио, общаетесь в мессенджерах?*



Сравнительное распределение по ТВ, радио и мессенджерам по времени суток в нерабочие дни показывает, что 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*

## Изменения в медиапотреблении [case – Poland]



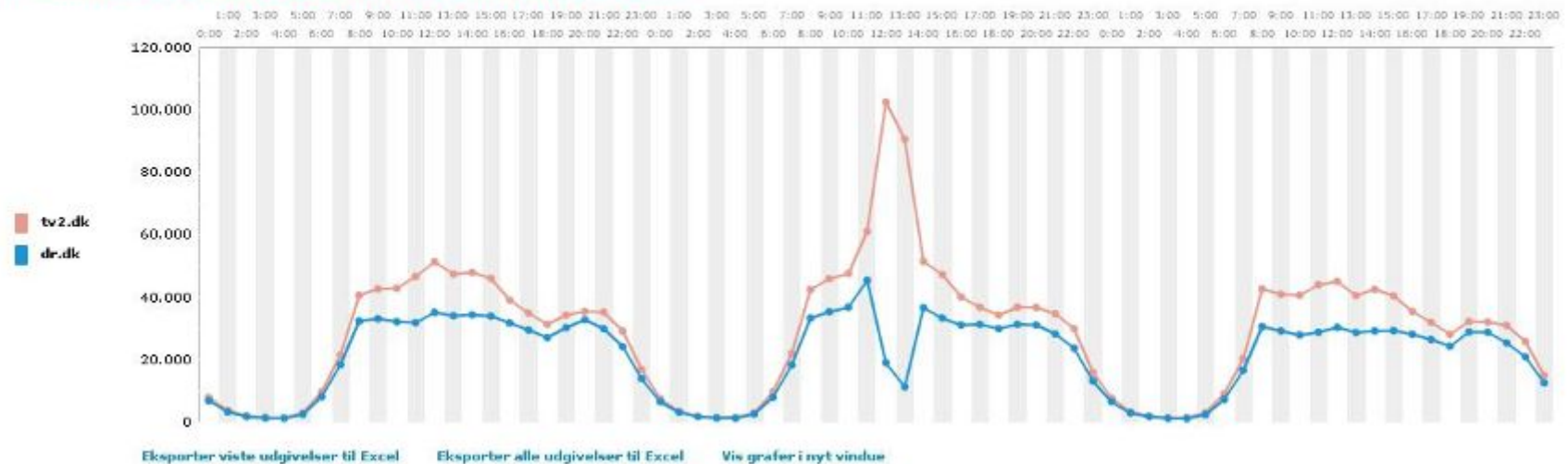
source: gemiusAdHoc, 01.09

- Исследования в Польше показали, что интернет становится медиаканалом «ежедневного потребления».
- В таблицах показано изменение долей в ответе на вопрос „Укажите, что из перечисленного Вы делали вчера” в 2004 и 2008 гг. в Польше.
- Тренд очевиден: за 4 года частота пользования основными функциями интернета возросла, частота телесмотрения, радиослушания и чтения ежедневной прессы среди интернет-пользователей снизилась.

# Audience is very demanding



Estimerede brugere, pr. time fra 19.8.2008 kl. 0:00 til 21.8.2008 kl. 23:59, valgte udgivelser



source:  
gemiusAudience

- Динамика изменения размера аудитории (cookie users) по времени суток двух порталов: TV2.DK и DR.DK (лидеры в интернете Дании по охвату) в день четвертьфинала по волейболу на Олимпийских играх в Пекине.
- Встречались сборные Дании и Хорватии.
- На портале TV2.DK шла прямая трансляция матча.

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

8 апреля, 2010 г., Донецк