

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

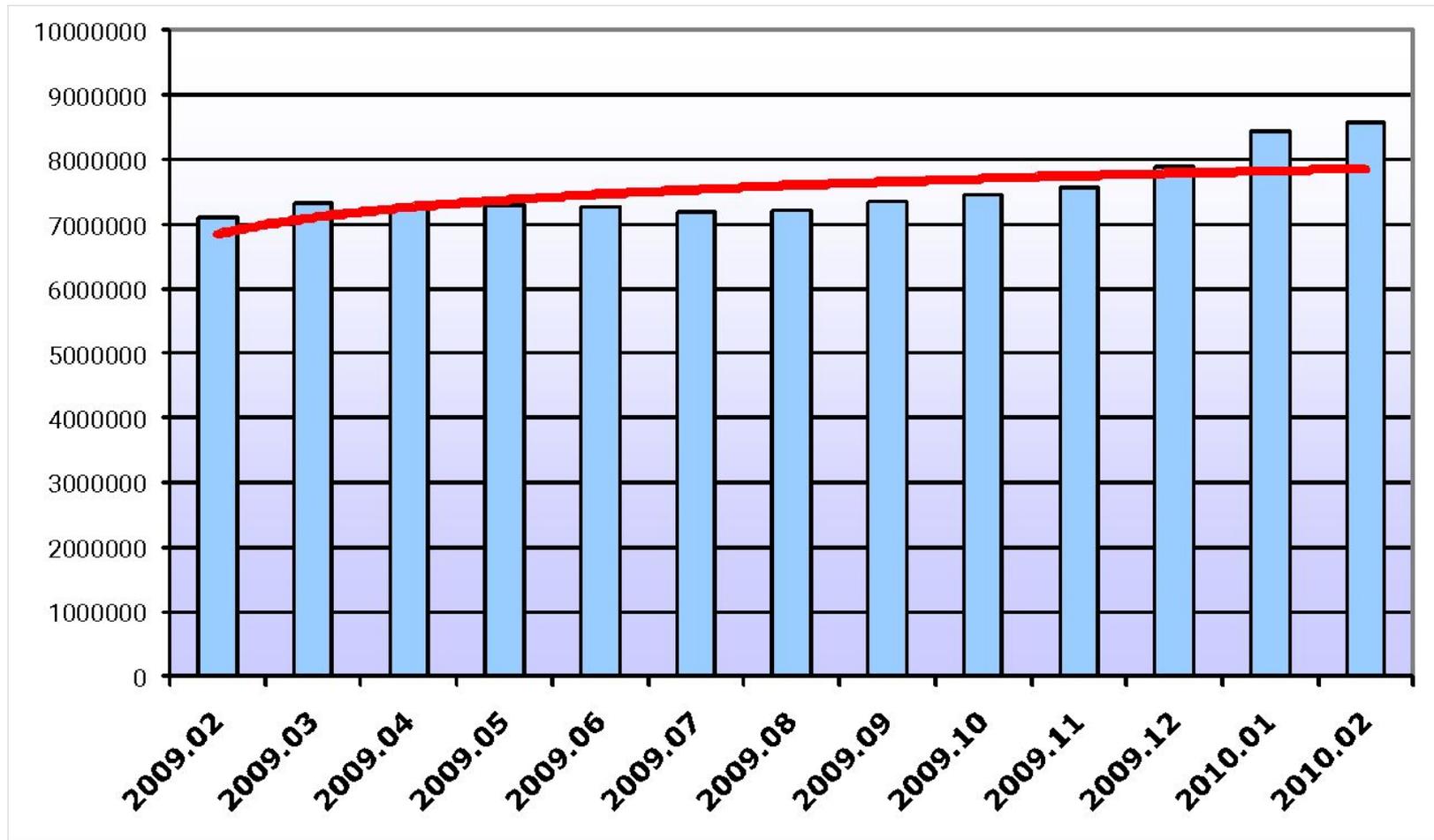
ок. 7 092 000 чел. (real users, 16+)

- ***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+).

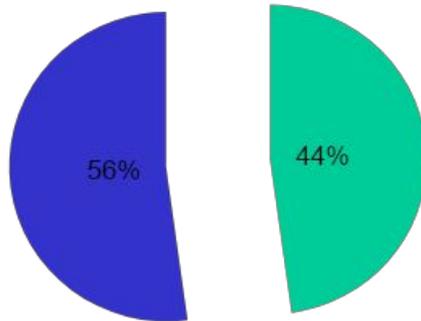


source: gemiusAudience,
02.2009-02.2010

Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по полу

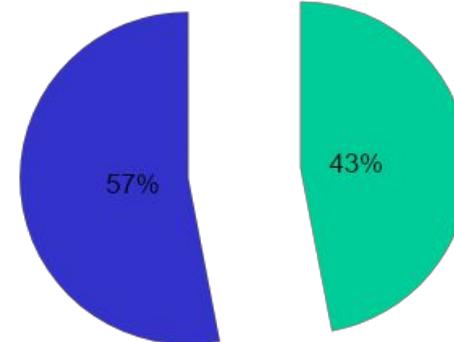
мужчин



женщин

Состав просмотров страниц по полу

мужчин

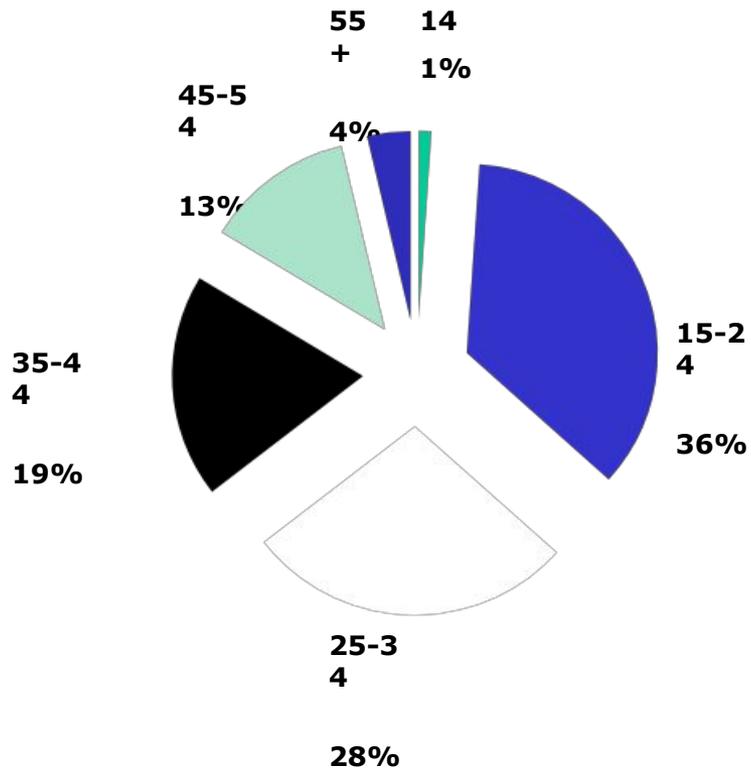


женщин

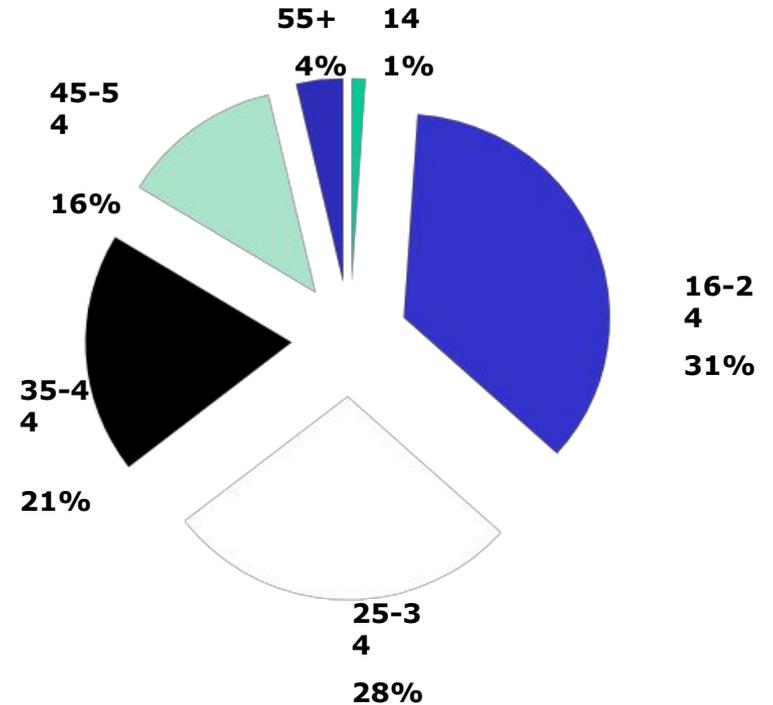
source: gemiusAudience, 02.2010

Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по возрасту



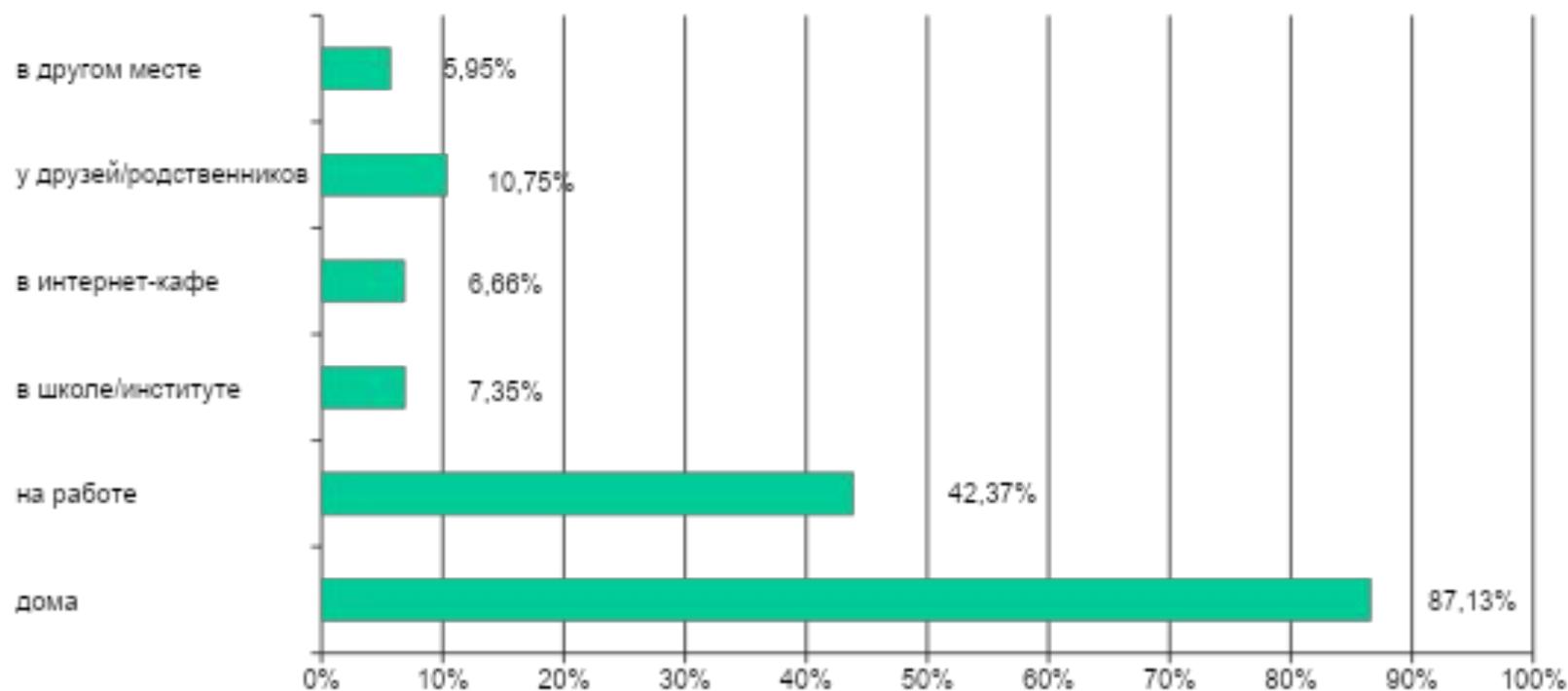
Состав просмотров страниц по возрасту



source: gemiusAudience, 02.2010

Онлайн аудитория Украины

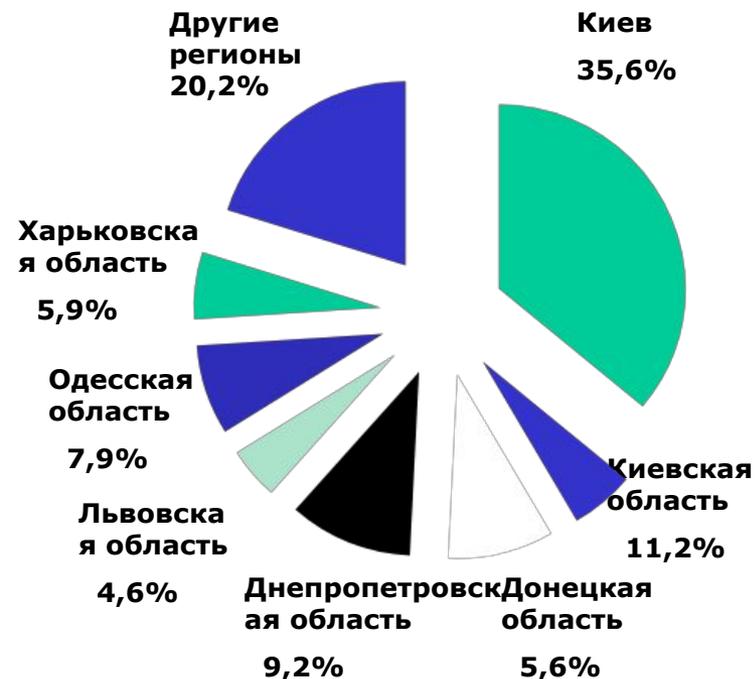
Где у пользователей есть возможность выхода в интернет в течение месяца



source: gemiusAudience, 02.2010

Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по регионам



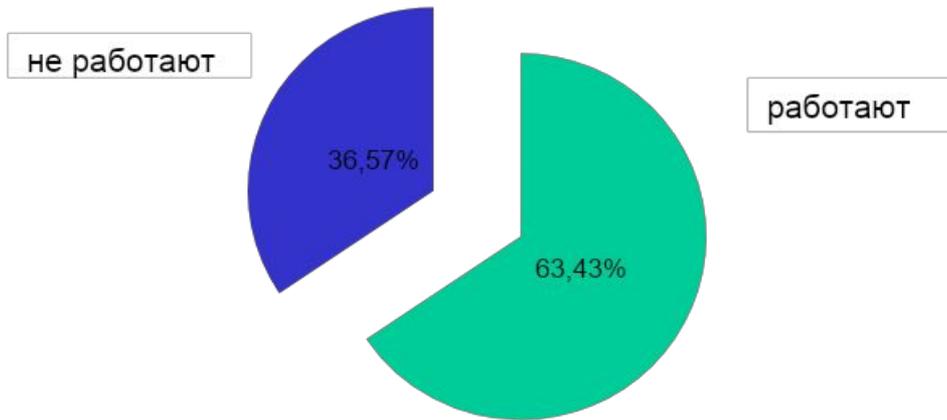
Топ-5 регионов по активности среднего пользователя

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

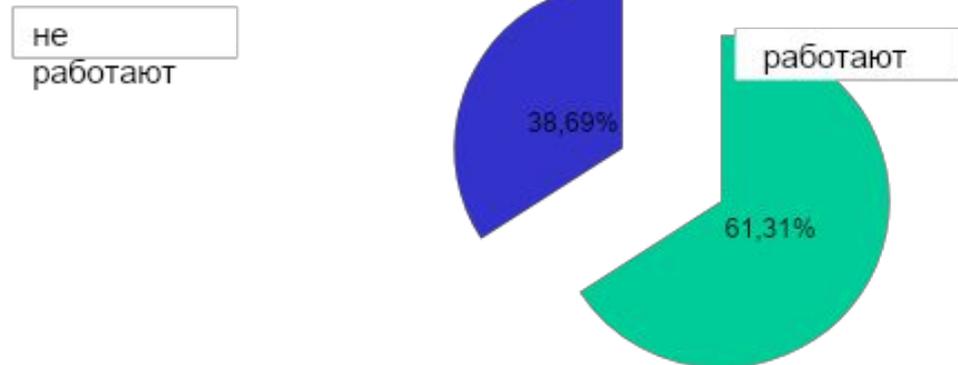
source: gemiusAudience, 02.2010

Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по наличию работы



Состав просмотров страниц по наличию работы



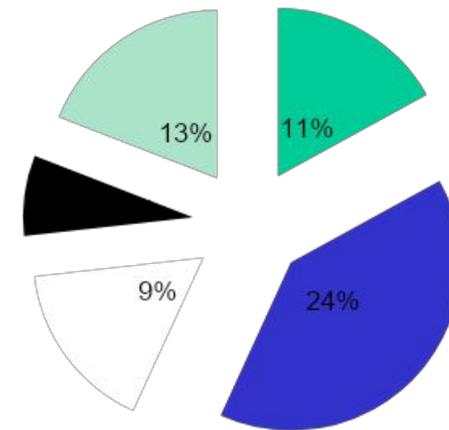
source: gemiusAudience, 02.2010

Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по роду занятий



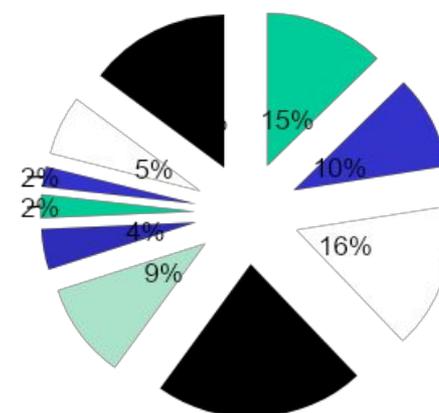
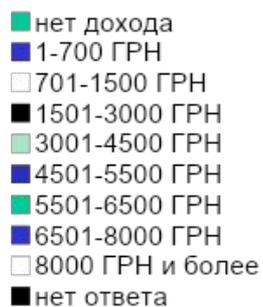
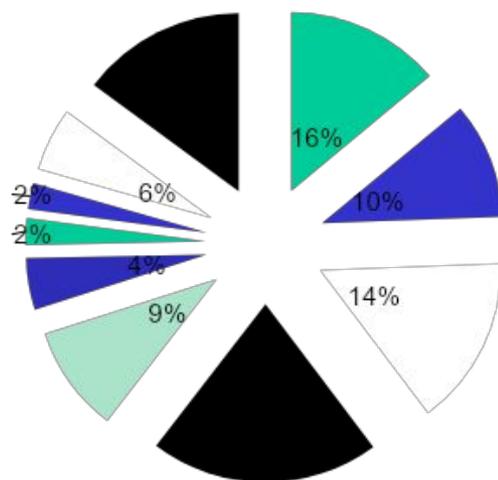
Состав просмотров страниц по роду занятий



Онлайн аудитория Украины

Состав аудитории по уровню дохода (месяц)

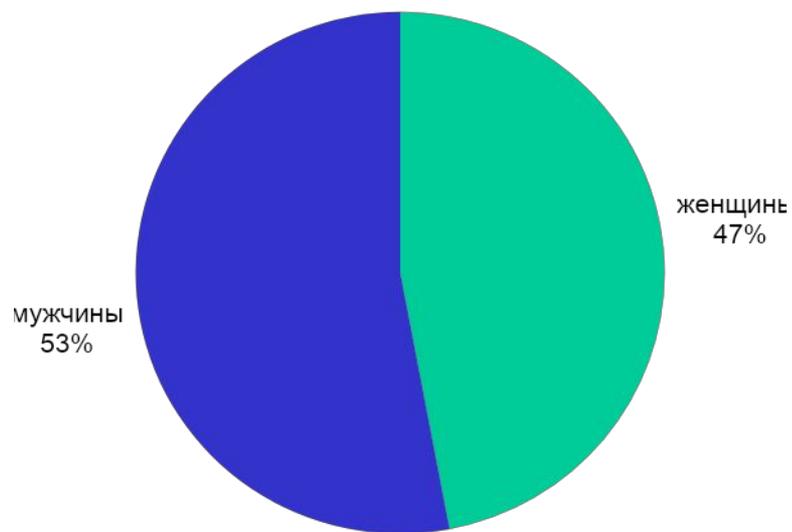
Состав просмотров страниц по уровню дохода



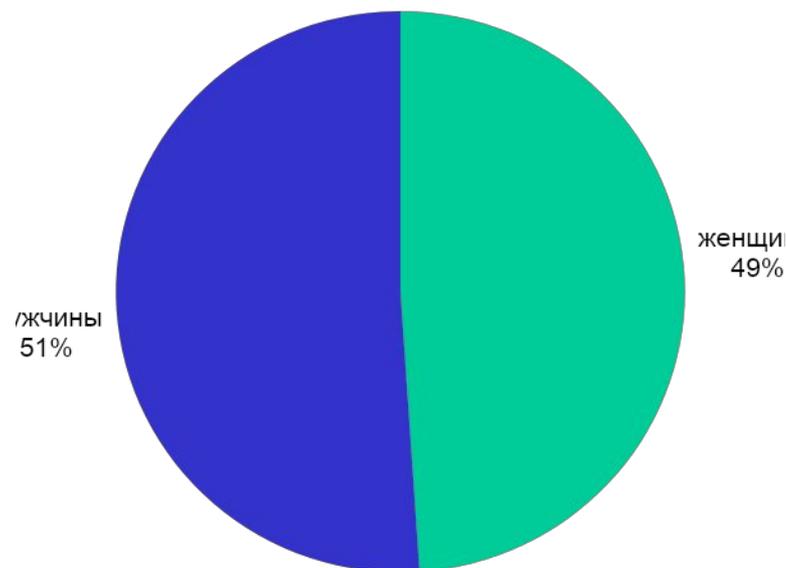
source: gemiusAudience, 01.2010

Онлайн аудитория Донецкой области

Состав аудитории по полу



Состав просмотров страниц по полу

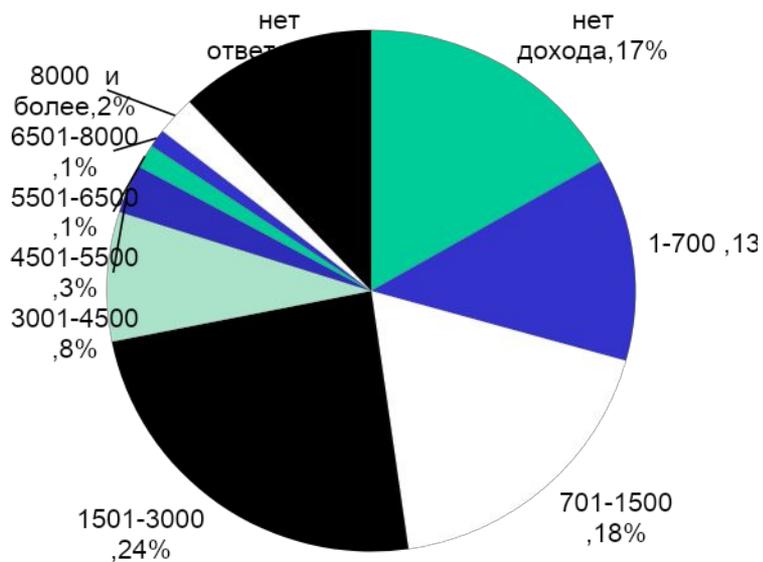


Онлайн аудитория Донецкой области

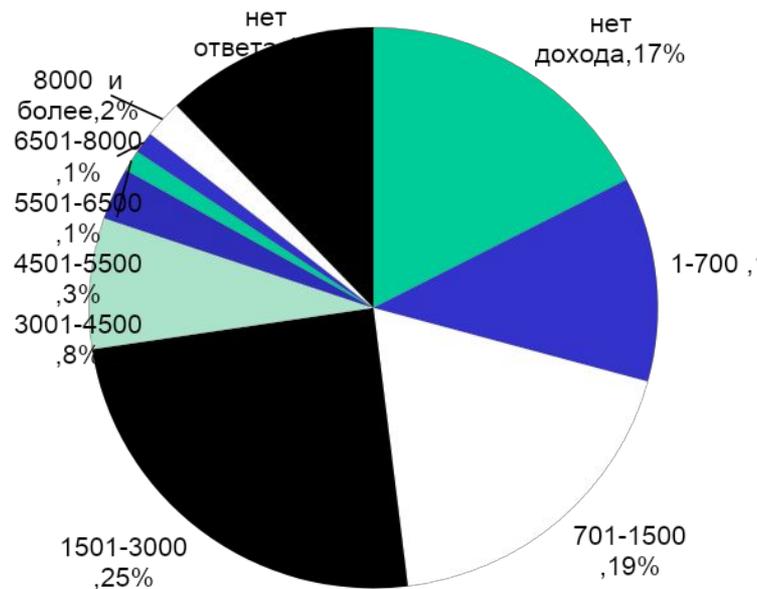
Группа	Ср. число просмотров на посетителя	Ср. время на посетителя [ч: мин:сек]	Ср. длительность просмотра [ч:мин:сек]	Ср. число сессий на посетителя
женщина, Донецкая область	344,20	10:31:37	0:01:50	55,75
мужчина, Донецкая область	318,78	9:58:46	0:01:53	54,39
женщина, Украина	285,10	8:03:27	0:01:42	52,76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

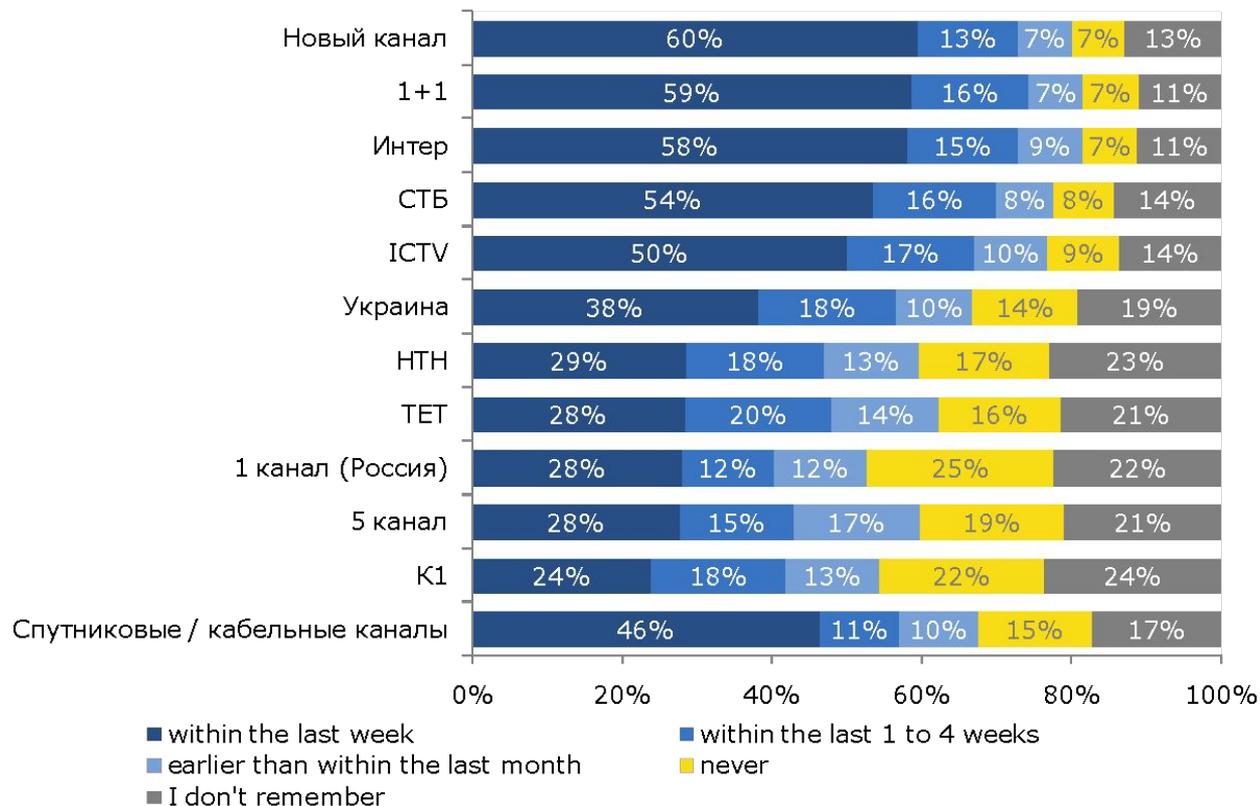


2. О некоторых особенностях «новых медиа»

Телевидение

ТВ каналы

Когда в последний раз Вы смотрели перечисленные телеканалы?



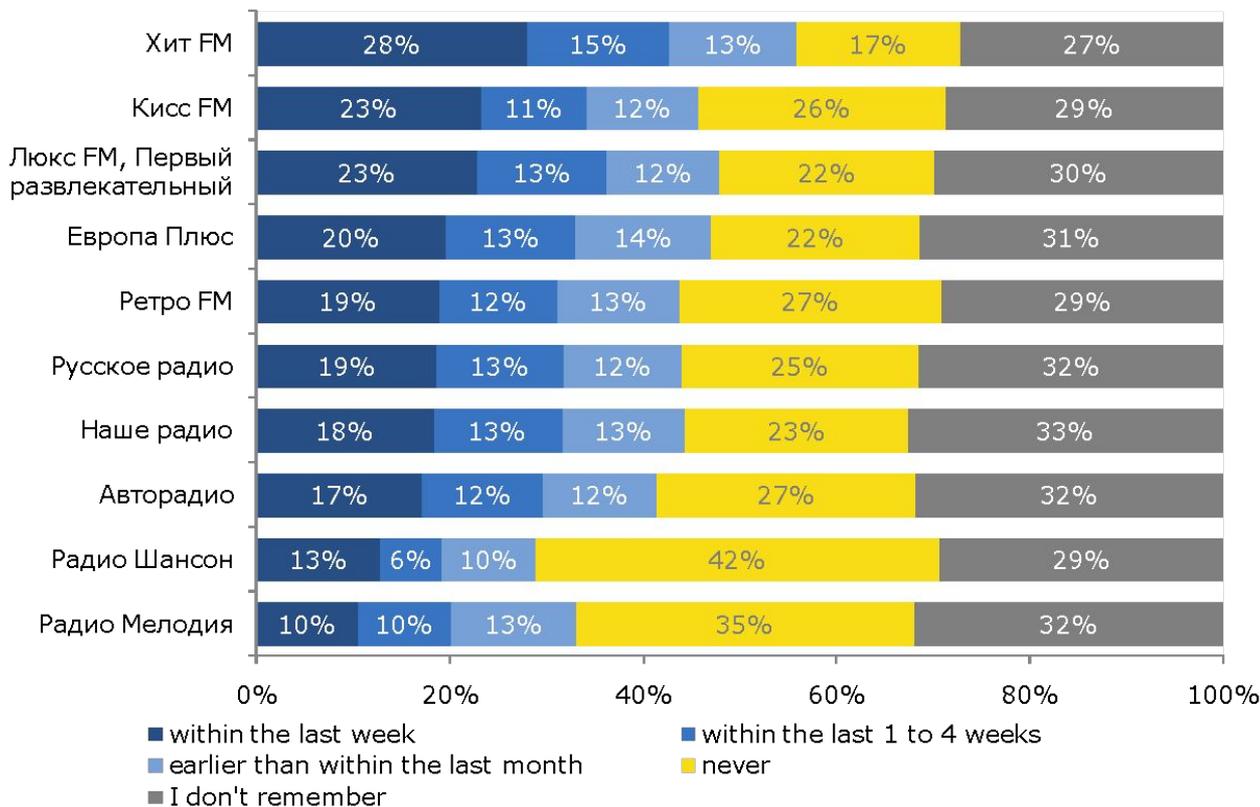
Среди украинских пользователей, которые когда-либо смотрели телевизор, Новый канал, 1+1 и Интер являются бесспорными лидерами в рейтинге протестированных каналов. Трое из пяти пользователей смотрели каждый из них в течение недели, предшествовавшей опросу.

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

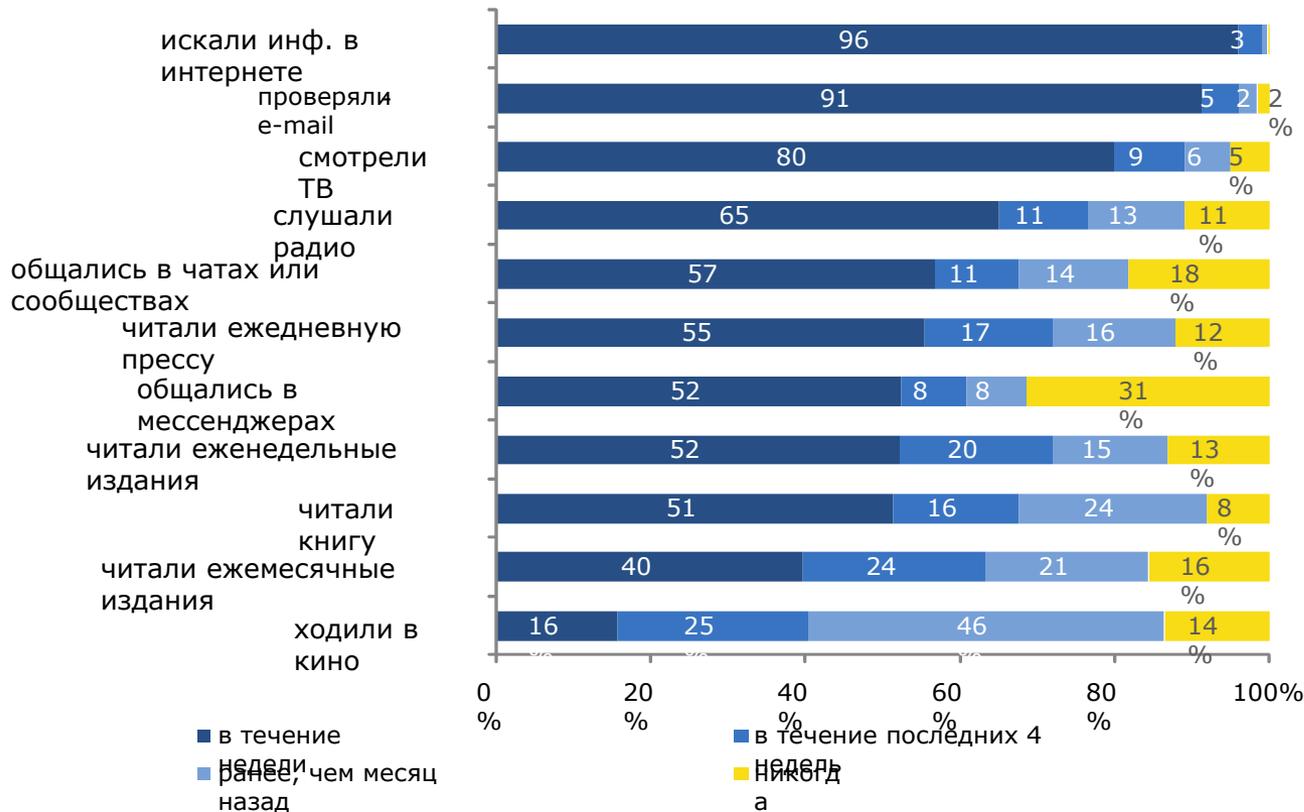
N = 1334 – respondents who have ever listened to the radio

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.

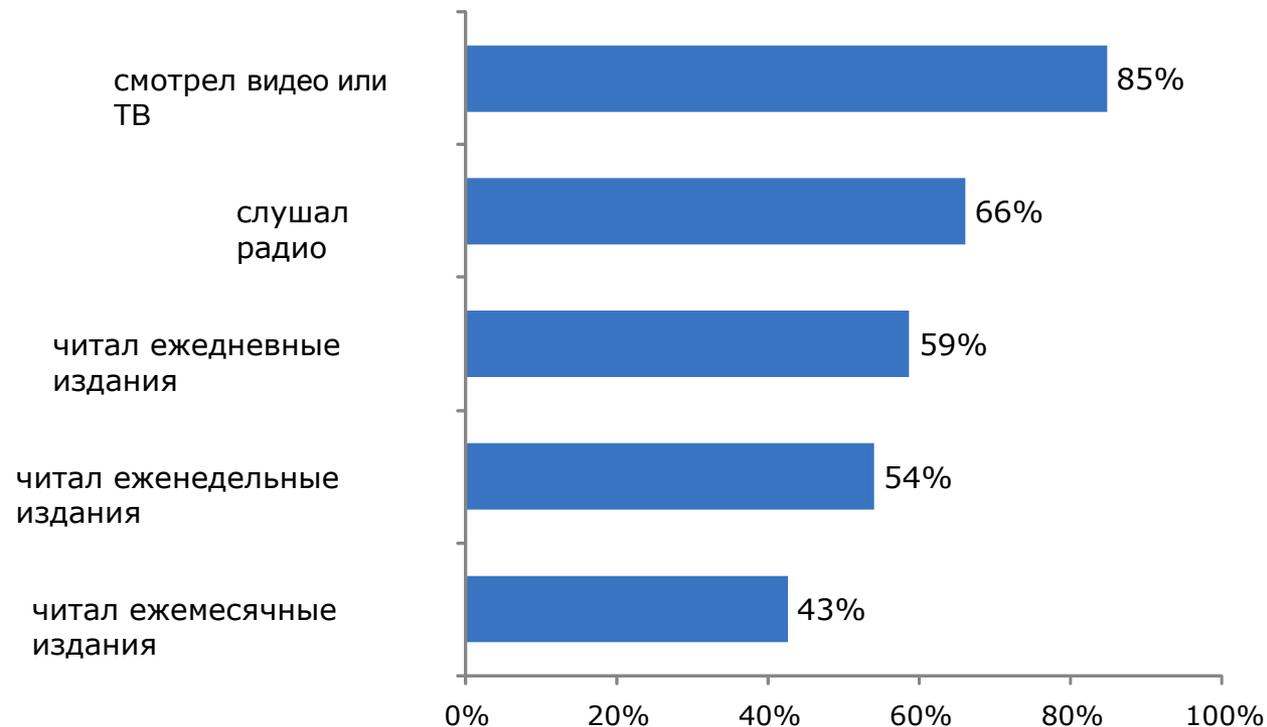
N=1500 – all respondents

Source: gemiusReport, April 2009

Использование «традиционных медиа» в интернете

Общее распределение

Вы когда-нибудь ... ?
Процент положительных ответов



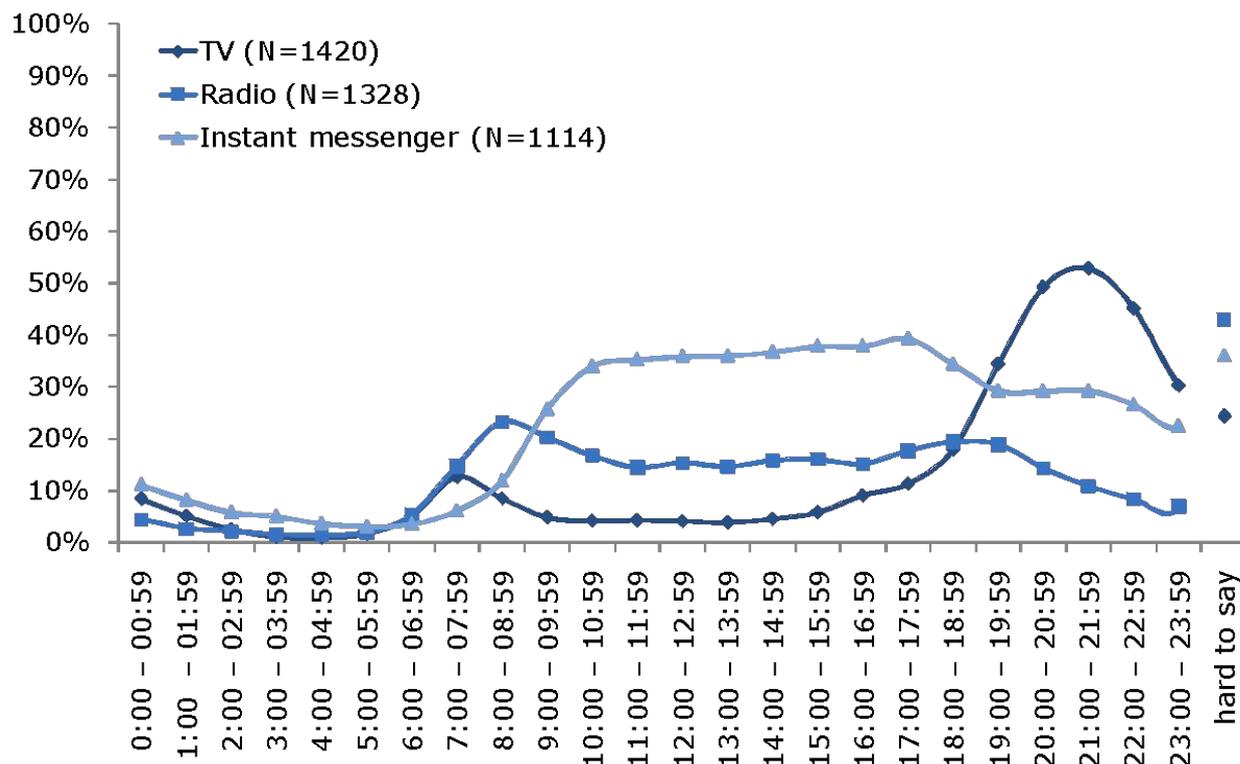
Более четырех из пяти интернет-пользователей Украины смотрели в интернете ТВ или видео. На втором месте – прослушивание радио онлайн, чтение электронных версий ежедневных газет немногим менее популярно. Более половины респондентов также читали еженедельные журналы в интернете. Наименьшее, но все же высокое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



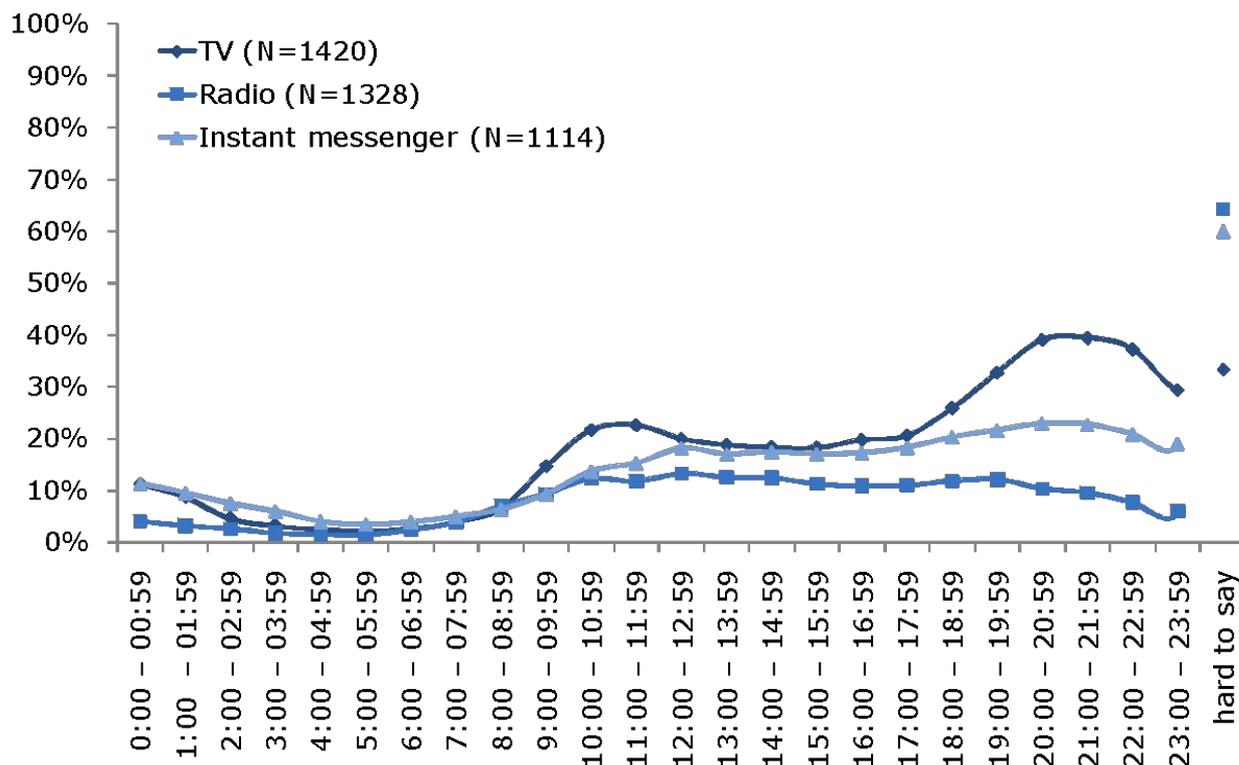
Распределение по часам для ТВ, радио и общению в мессенджерах в рабочие дни показывает, что самый высокий процент пользуется мессенджерами утром и днем. Модели телесмотра и радиослушания значительно отличаются от пользования мессенджерами: самый высокий уровень – вечером; а 15-20% пользователей слушают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

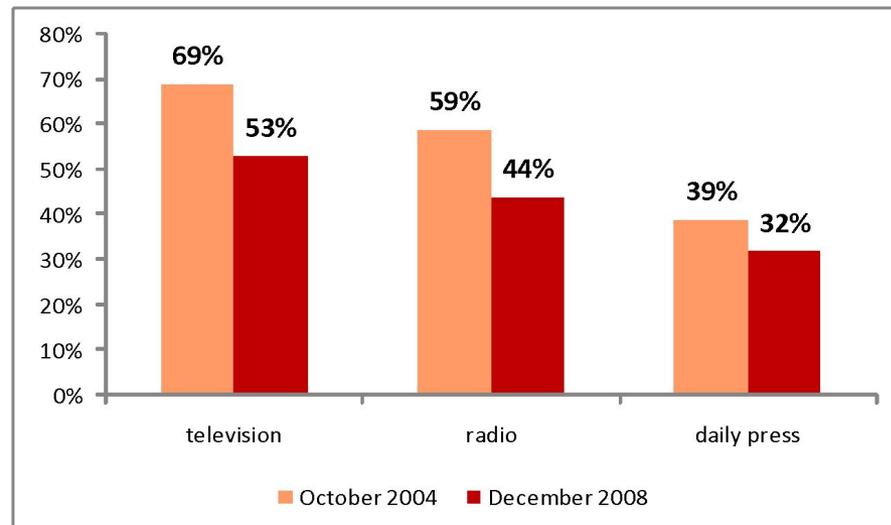
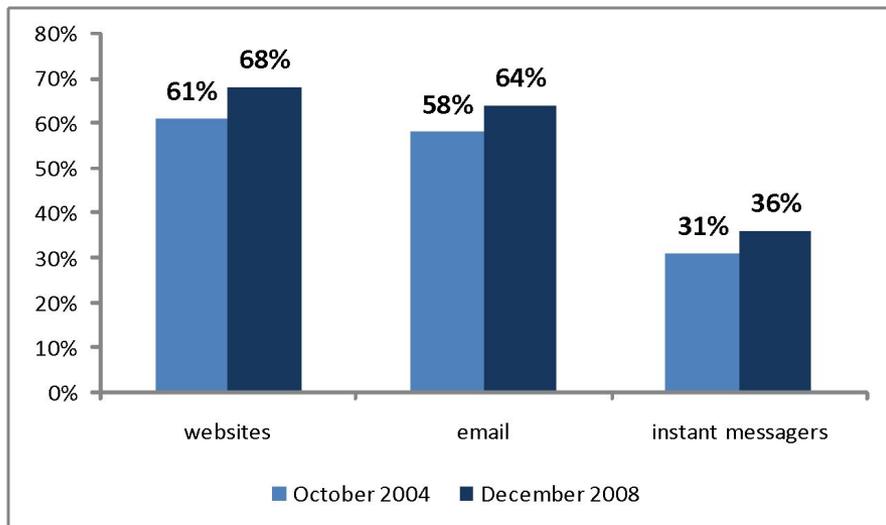
В какие часы Вы обычно... смотрите ТВ, слушаете радио, общаетесь в мессенджерах?



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]



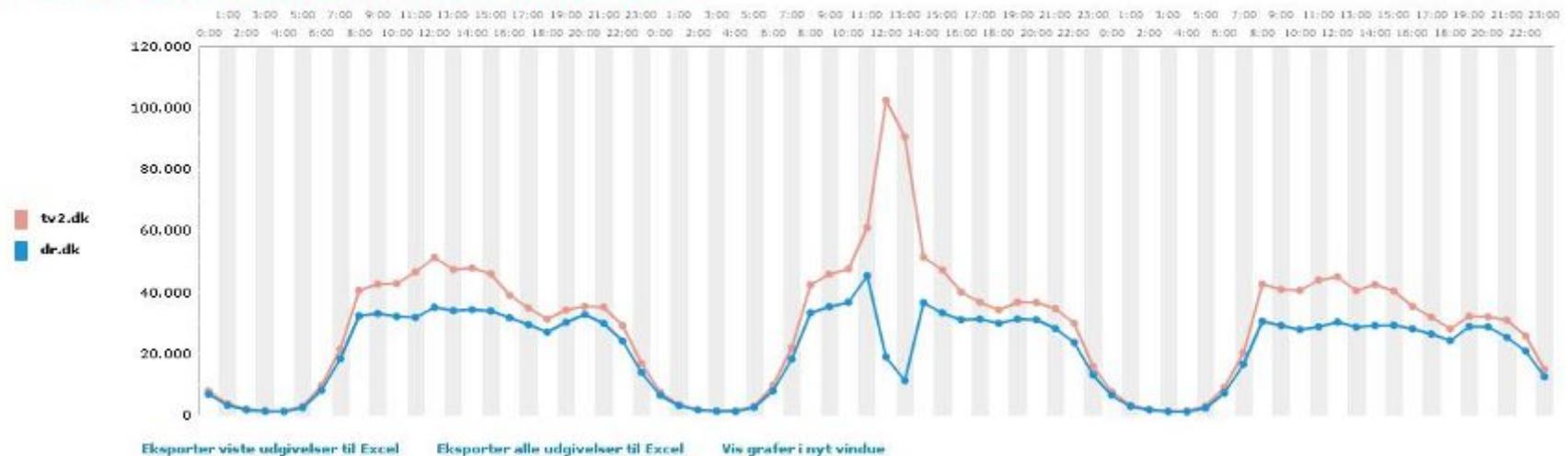
source: gemiusAdHoc, 01.09

- 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
contact@gemius.com.ua

8 апреля, 2010 г., Донецк