

Audit návštěvnosti internetu



Trendy v návštěvnosti internetu leden 2009 – únor 2011

www.netmonitor.cz

www.spir.cz



Trendy v návštěvnosti internetu

Více než polovina (57 %) české populace je na internetu (alespoň jednou v měsíci navštívilo měřený server) a počet lidí využívající internet neustále roste průměrným tempem 9,7 % za rok. U mladých lidí do věku 25 let je míra penetrace internetu 90 %, internetová populace v této věkové skupině nemá již pomalu kam růst. S přibývajícím věkem procento lidí využívající internet klesá. Penetrace internetu u lidí starších 55 let je 27 %, což je o 6 procentních bodů více než před rokem. Zde je velký potenciál a největší růst je a bude právě v této věkové skupině. Na internetu je více mužů než žen, s přibývajícím věkem podíl mužů roste a podíl žen klesá. Tento rozdíl v pohlaví se bude s růstem internetové populace zmenšovat. Muži jsou na internetu v průměru mírně aktivnější než ženy co do počtu shlédnutých stránek nebo průměrného stráveného času (ATS). Průměrný český internetový uživatel je mladší a vzdělanější než průměrný občan ČR. Většina internetových uživatelů má středoškolské vzdělání s maturitou. Uživatelé nejvíce zasahují kategorie médií *Titulní stránky rozcestníků* a *Databáze a katalogy*. Nejvíce času tráví návštěvníci internetu v kategoriích *Titulní stránky rozcestníků* a *Komunikační služby*. Sociální sítě (zahraniční) v minulém roce dále mohutně rostly v zahraničí i u nás. Novým fenoménem u nás jsou slevové servery, které měly v loňském roce dramatický nástup a v současné době jich je již kolem dvou set. Trh je již nasycen a bude následovat konsolidace. Lze ale usuzovat, že si přední slevové servery svou pozici udrží.

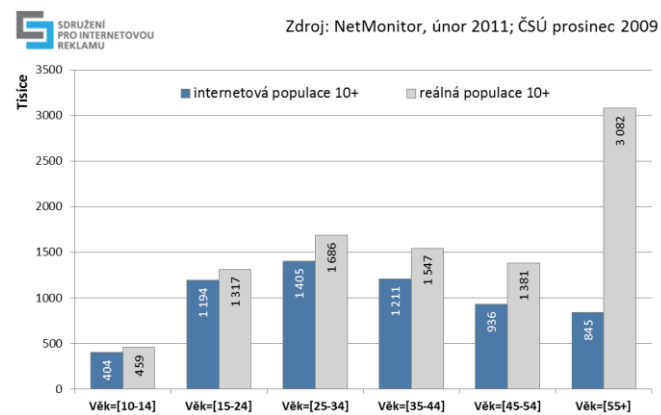
Internetová versus reálná populace

V únoru 2011 velikost internetové populace 10+ dosáhla hodnoty 5,995 milionů lidí. V porovnání s běžnou (reálnou) českou populací (10,533 mil.) jde o téměř 57 % všech obyvatel. Aby však srovnání bylo vypovídající, musíme zmiňovanou internetovou populaci starší deseti let porovnávat s běžnou populací ve stejné věkové struktuře (9,471 mil.). V tomto případě již internetová populace (10+) tvoří více jak 63 % běžné populace ČR (10+). Zde je důležité uvést, že NetMonitor neměří všechny české internetové servery, ale jen skupinu serverů, která však zahrnuje největší a nejvýznamnější servery. Měřeným serverem (médiem) může být libovolný reklamní webový server, který má zájem zúčastnit se výzkumu NetMonitor a jehož zařazení není v rozporu s etickým kodexem SPIR. Primárně je projekt NetMonitor určen pro výzkum médií, které jako celek, případně alespoň jejich část, splňují definici reklamního média. Na této skupině serverů pak NetMonitor zachytí 97,7 % internetové populace. Pokud budeme v následující části uvádět další statistiky, je nutno zdůraznit, že tato čísla korespondují s aktivitou právě oněch 97,7 % internetové populace na měřených serverech.

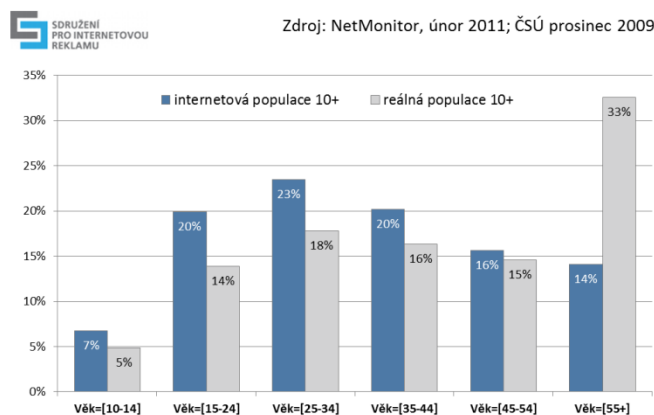
V grafech č.1 a č.2 je znázorněno porovnání věkové struktury reálné a internetové populace v absolutních počtech a v procentuálním podílu (share). Ve věkové kategorii 10-24 let je na internetu 90 % lidí. S rostoucím věkem podíl lidí na internetu klesá. Pouze 27 % lidí starších 55 let využívá internet. V reálné české populaci má největší zastoupení (33 %) věková skupina 55+. V internetové

populaci je to věková skupina 25-34 let s 23% podílem. Polovinu internetové populace tvoří uživatelé ve věku 10-34 let.

Věková struktura reálné a internetové populace



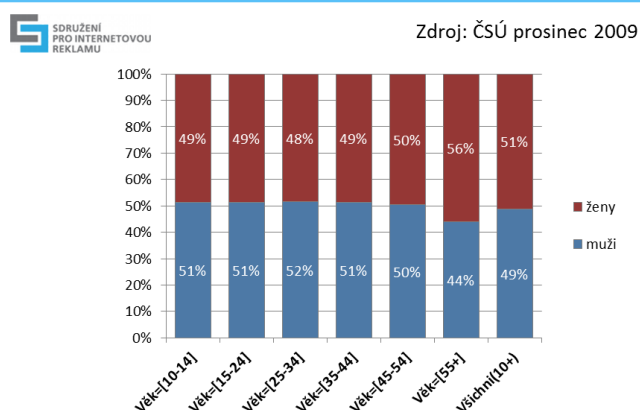
Věková struktura reálné a internetové populace (share)



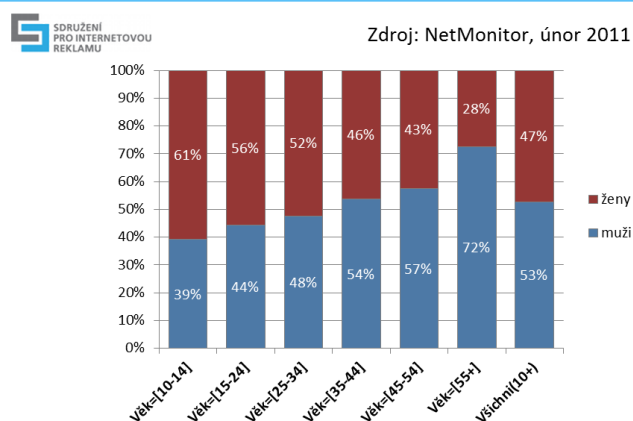
Graf č.1 a č.2, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2011; ČSÚ 12/2009

V grafech č.3 a č.4 je znázorněno složení jednotlivých věkových skupin reálné a internetové populace podle pohlaví. Podíl pohlaví reálné populace je vyrovnaný, teprve v nejstarší skupině výrazně převládají ženy, protože se statisticky dožívají vyššího věku. U internetové populace je závislost naprosto opačná. S přibývajícím věkem podíl mužů roste, podíl žen klesá. Je to dáno větším technickým nadšením učit se používat nové technologie u seniorů - mužů než u žen. S postupem času se tento jev bude vytrácet, protože lidé, kteří internet již používají, tak se stárnutím ho používat nepřestanou.

Podíl pohlaví reálné populace (share)



Podíl pohlaví internetové populace (share)



Graf č.3 a č.4, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2011; ČSÚ 12/2009

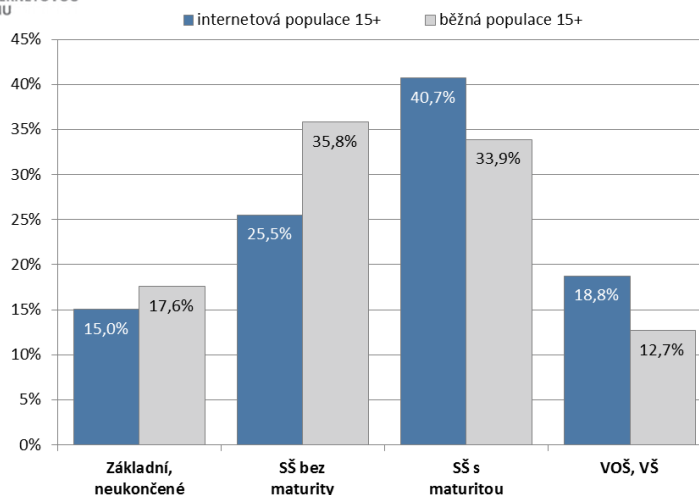
V grafu č.5 je znázorněno srovnání české reálné a internetové populace z hlediska nejvyššího dokončeného vzdělání. Internetová populace má patrně vyšší vzdělání než reálná. Většina (téměř 60 %) internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou nebo vyšší vzdělání, u české populace 15+ to je

46,6 %. Nejvíce internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou (41,7 %). U reálné populace mají největší podíl lidé vyučení bez maturity (35,8 %).

Vzdělání internetové a reálné populace 15+ (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2010; ČSÚ prosinec 2009



Graf č.5, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2011; ČSÚ 12/2009

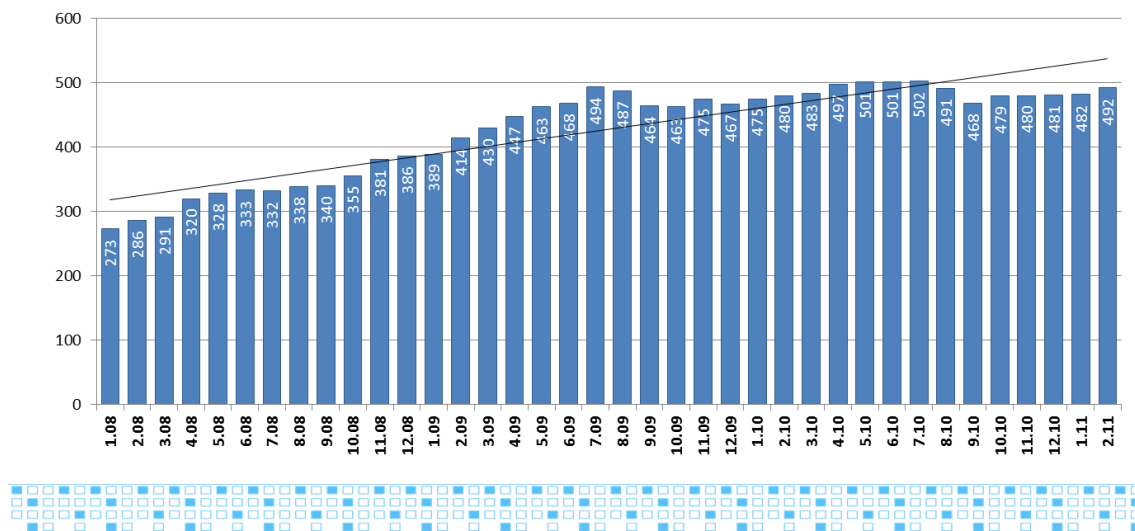
Vývoj počtu měřených médií

V grafu č.6 je znázorněn vývoj počtu měřených internetových médií (serverů). V únoru dosáhl počet měřených médií počtu 492 serverů od 55 provozovatelů. Průměrné meziměsíční tempo růstu počtu měřených serverů je 1,6 % (M2M).

Počet měřených médií (serverů)



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2011



Graf č.6, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2011

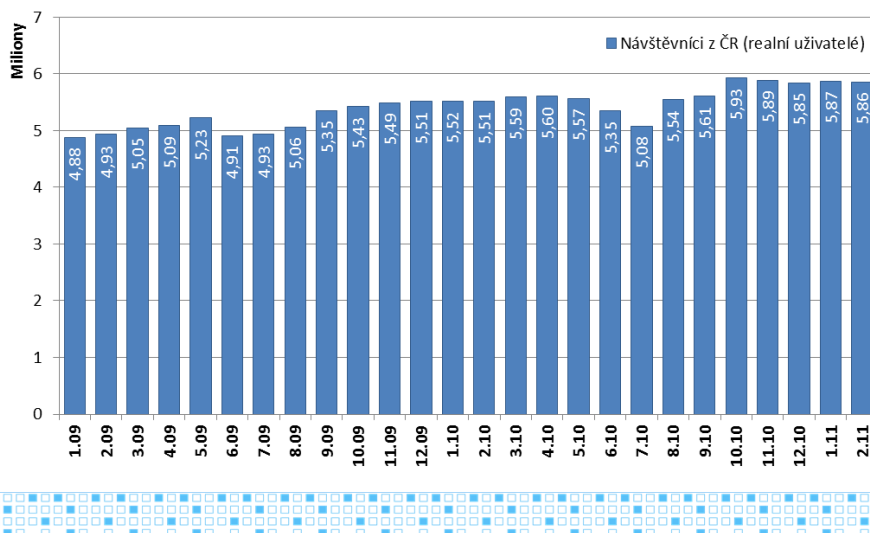
Vývoj počtu internetových uživatelů (RU)

Počet internetových uživatelů (RU) je počet uživatelů internetu v příslušné cílové skupině, kteří vygenerovali alespoň jedno zobrazení na vybraném webovém serveru během daného měsíce. Tento ukazatel odpovídá skutečnému počtu lidí (ne počítačů, cookies nebo IP adres), kteří navštívili webový server v daném měsíci. V grafu č.7 je znázorněn vývoj počtu internetových uživatelů z ČR od počátku roku 2009. Jsou pozorovatelné tradiční sezónní výkyvy – poklesy v průběhu letních prázdnin. V únoru 2011 byl počet internetových uživatelů z ČR 5,86 milionů lidí.

Počet internetových uživatelů

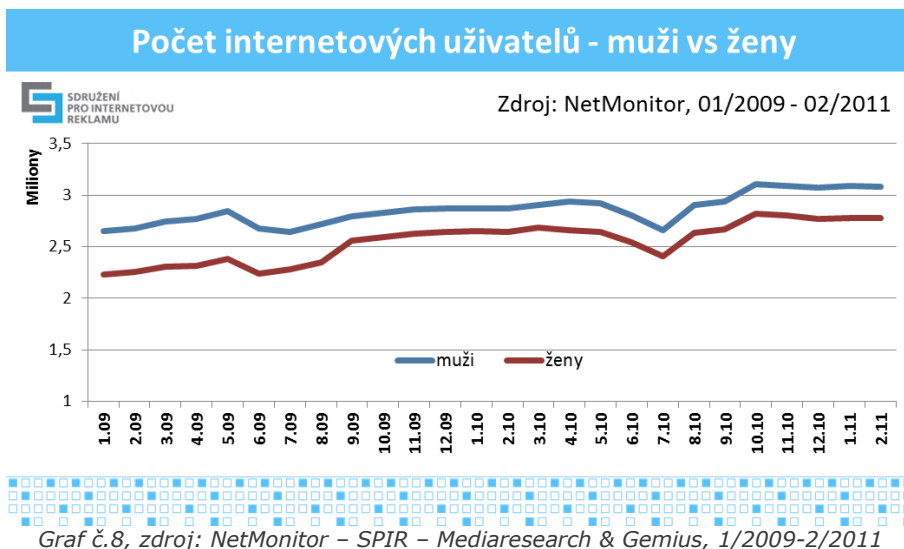


Zdroj: NetMonitor, 01/2009 - 02/2011



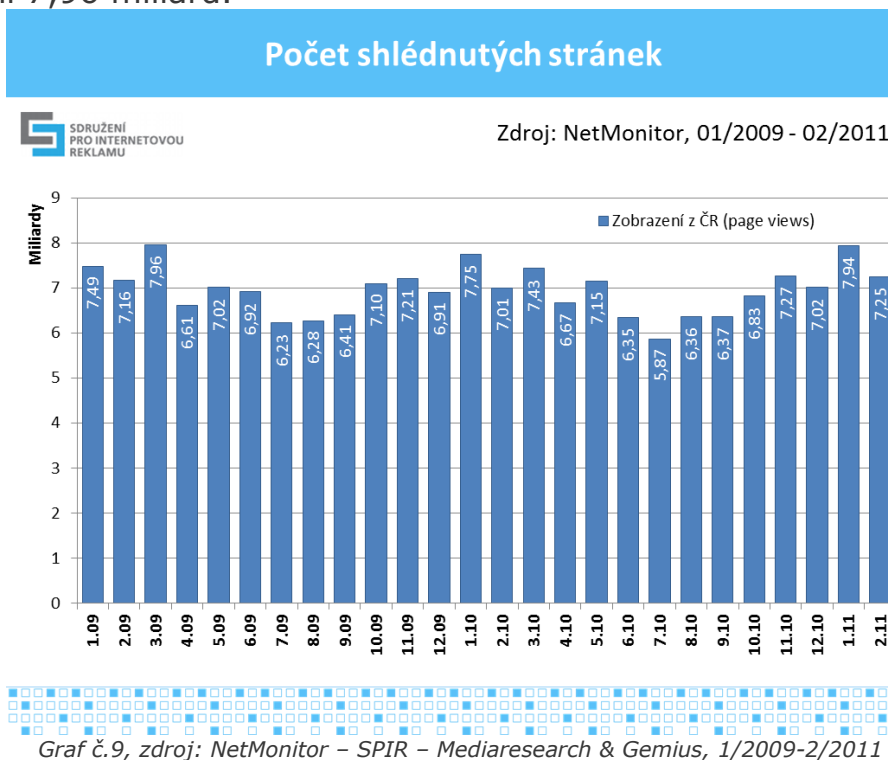
Graf č.7, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

Mužů je na internetu více. V únoru 2011 byl poměr 52,6 % mužů proti 47,4 % žen. V grafu č.8 je znázorněn vývoj absolutního počtu mužů a žen z ČR na internetu. Poměr mužů a žen na internetu je dlouhodobě vyrovnaný.

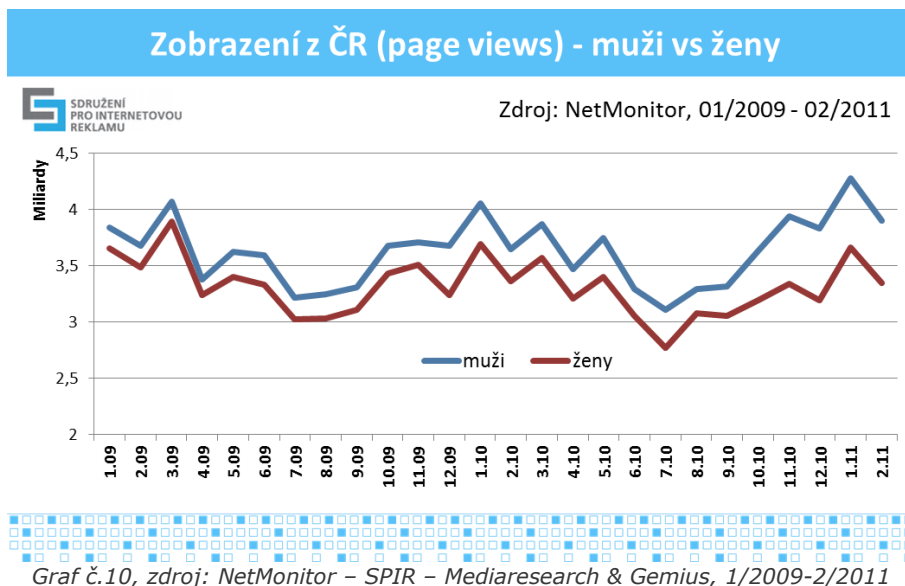


Vývoj počtu zobrazených stránek (PV)

Zobrazení (page view, PV) je zobrazení (natažení) www dokumentu z příslušného webového serveru do www prohlížeče návštěvníka. Vývoj počtu PV je znázorněn v grafu č.9 a je proti počtu RU méně vyrovnaný (jsou více patrnější sezónní výkyvy a jiné vlivy). Rekordem je stále březen 2009, kdy počet shlédnutých stránek dosáhl 7,96 miliard.



V grafu č.10 je znázorněn vývoj počtu PV v závislosti na pohlaví uživatele. Poměr v počtu shlédnutých stránek je u mužů mírně větší, než je jejich podíl v internetové populaci.



Vývoj délky prům. stráveného času na návštěvníka (ATS)

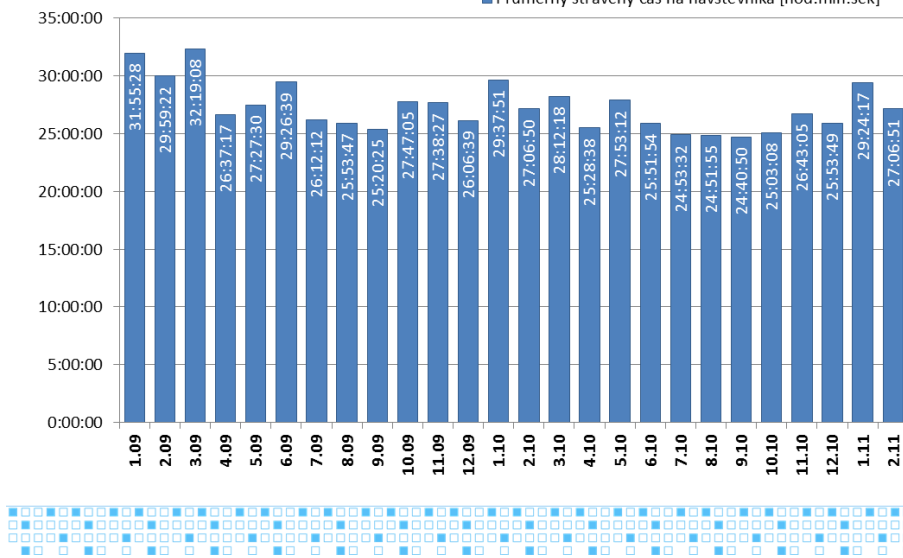
Průměrný strávený čas na návštěvníka je celkový strávený čas průměrným návštěvníkem (reálným uživatelem) z příslušné cílové skupiny na vybraném webovém serveru během daného měsíce. V grafu č.11 je znázorněn vývoj ATS na internetu (všech měřených serverech). Maximum ATS bylo v březnu 2009 s více jak 32 hodinami stráveného času na internetu na jednoho reálného uživatele.

Průměrný strávený čas na návštěvníka



Zdroj: NetMonitor, 01/2009 - 02/2011

■ Průměrný strávený čas na návštěvníka [hod:min:sek]



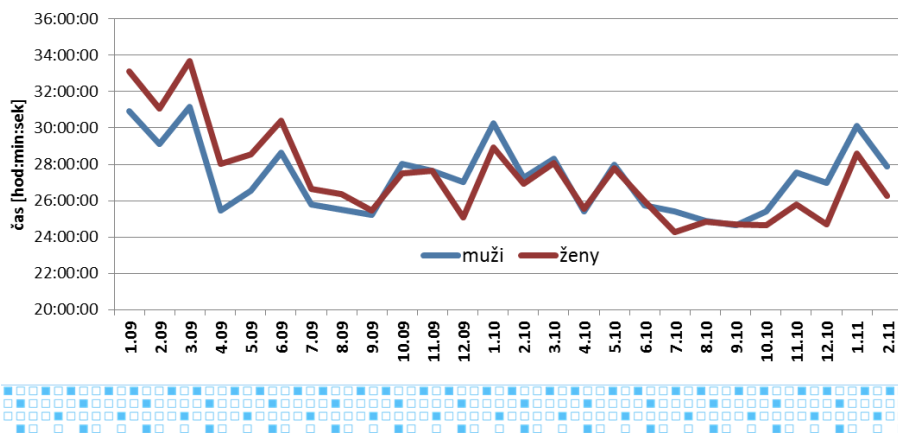
Graf č.11, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

V grafu č.12 je znázorněn vývoj ATS v závislosti na pohlaví uživatele. V únoru 2011 strávili muži na internetu v průměru o více než 1,5 hodiny za měsíc více než ženy. Dříve u žen byl pravidelně měřen delší strávený čas ATS než u mužů, tento jev se ale v posledním roce vytratil.

Průměrný strávený čas na návštěvníka



Zdroj: NetMonitor, 01/2009 - 02/2011



Graf č.12, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

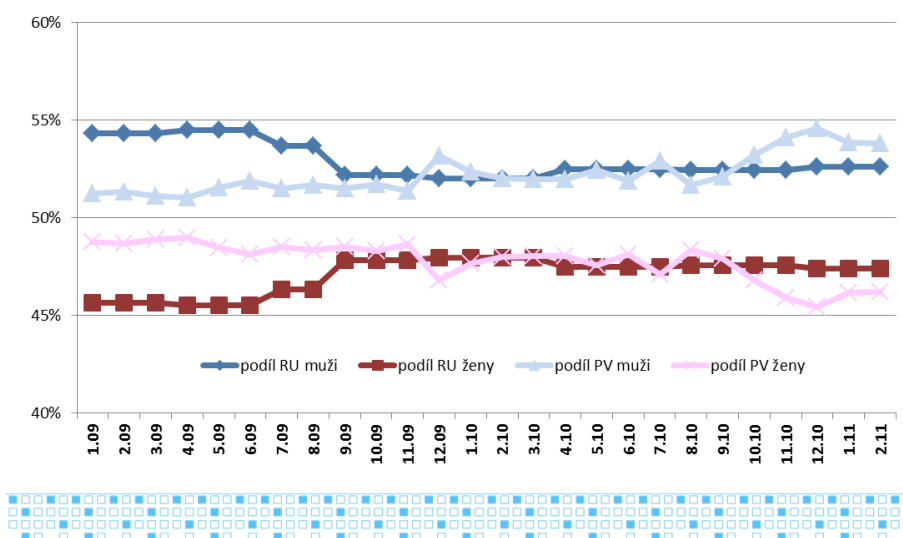
Vývoj podílu pohlaví - Muži versus ženy

V grafu č.13 je znázorněn vývoj podílu pohlaví co do počtu uživatelů (RU) a počtu zobrazených stránek (PV). Z grafu je názorně vidět, že ženy byly do listopadu 2009 na internetu aktivnější co do počtu shlédnutých stránek. V únoru 2011 byl poměr shlédnutých stránek muži vs. ženy 53,8 ku 46,2, kdežto poměr počtu mužů a žen v internetové populaci byl 52,6 ku 47,4.

Share pohlaví - počet uživatelů (RU) a zobrazení (PV)



Zdroj: NetMonitor, 01/2009 - 02/2011



Graf č.13, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

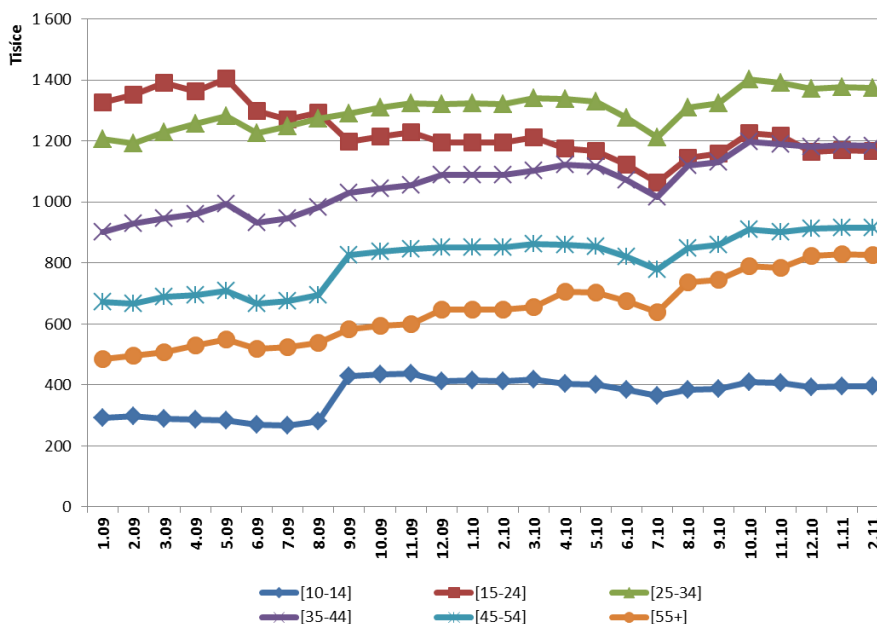
Věková struktura internetových uživatelů

V grafech č.14 a č.15 je znázorněn vývoj věkové struktury internetových uživatelů v absolutních počtech a procentuálním podílu (share). Nejpočetnější skupinou jsou lidé ve věku 25-34 let s 23% podílem (únor 2011). Druhou nejpočetnější skupinou je věková kategorie 35-44 let stejně jako 15-24 let s 20% podílem. Dále následují 45-54let (16 %), 55 a více let (14 %) a 10-14let (7 %). Dlouhodobě nejvíce roste nejstarší věková kategorie a významně roste i její podíl ve struktuře internetových uživatelů – internetová populace stárne. Datový šev patrný z grafů v září 2009 je způsoben přechodem na novou metodiku měření. I nadále lze očekávat, že se bude postupně zvyšovat podíl starších věkových skupin, jak potvrzuje graf č.15 u věkové skupiny 55+. U mladých lidí se nejvíce projevují sezónní vlivy – letní prázdniny. U věkové skupiny 15-24 let je logicky nejpatrnější úbytek v období letních prázdnin.

Věková struktura internetových uživatelů z ČR



Zdroj: NetMonitor, 01/2009 - 02/2011

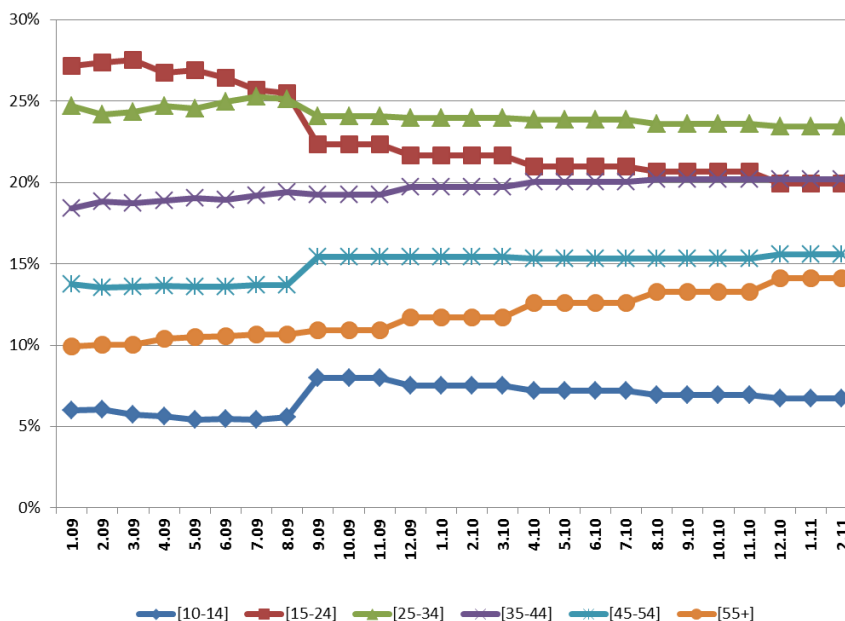


Graf č.14, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

Věková struktura internetových uživatelů z ČR (share)



Zdroj: NetMonitor, 01/2009 - 02/2011

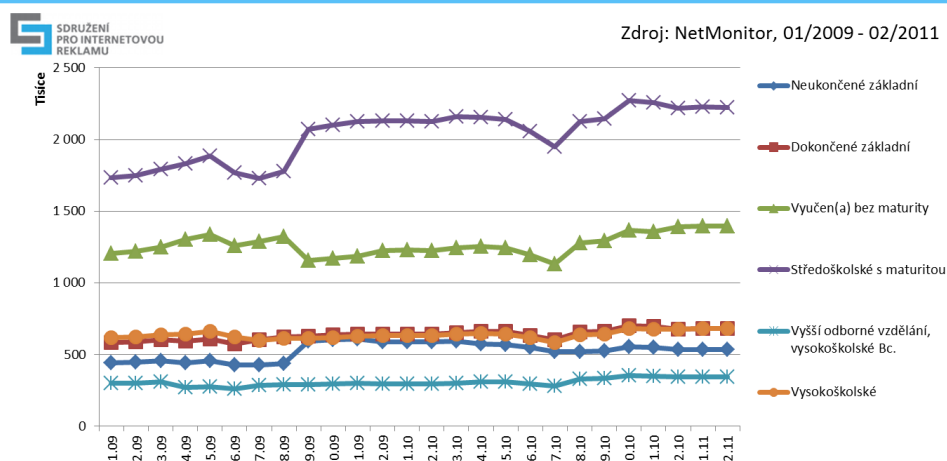


Graf č.15, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

Vzdělání internetových uživatelů

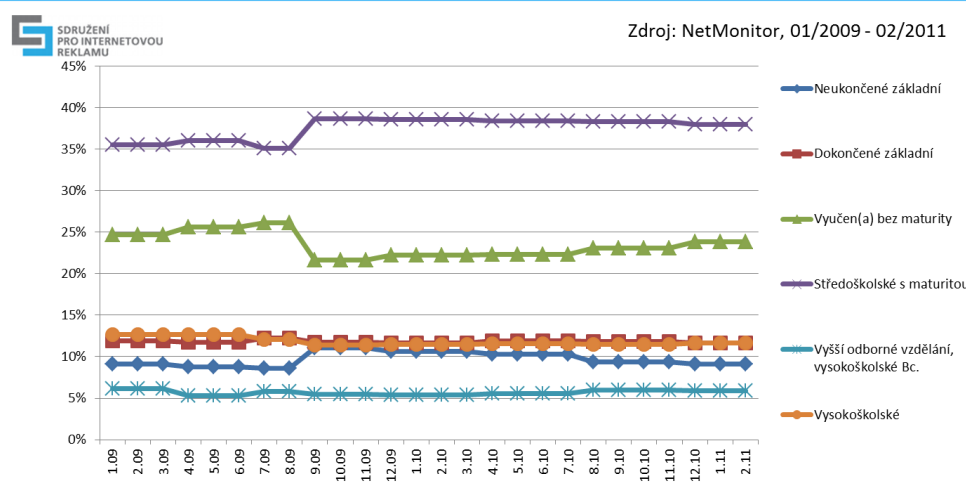
V grafech č.16 a č.17 je znázorněn vývoj vzdělání internetových uživatelů v absolutních počtech a procentuálním podílu (share). Nejvíce zastoupeným vzděláním (nejvyšším dokončeným) je středoškolské s maturitou s 38% podílem (únor 2011). Na druhém místě je středoškolské bez maturity (24 %) za základním (12 %) a vysokoškolským (12 %), následuje neukončené základní (9 %) a vyšší odborné vzdělání (6 %). Trendem je nárůst internetové populace o lidi s nižším vzděláním, zejména lidí vyučených bez maturity. Nejpatrnější vliv sezónnosti (letní prázdniny) je u uživatelů se středoškolským vzděláním s maturitou, protože z velké části dále studují na vysokých školách.

Počet internetových uživatelů z ČR podle vzdělání



Graf č.16, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

Podíl vzdělání internetových uživatelů (share)

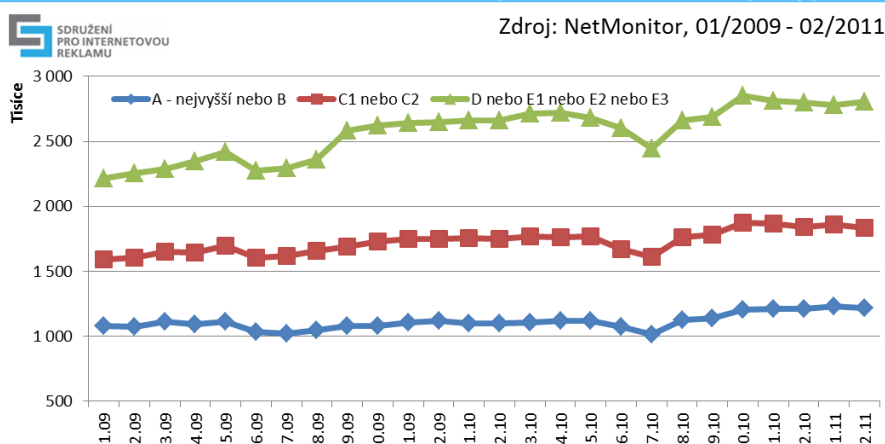


Graf č.17, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

ABCDE národní socioekonomická klasifikace internetových uživatelů

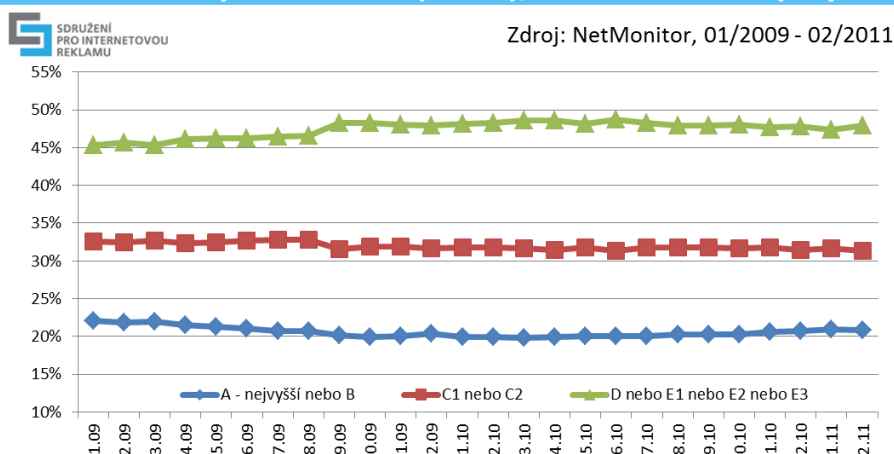
V grafech č.18 a č.19 je znázorněn vývoj ABCDE národní socioekonomické klasifikace (kumulované skupiny) internetových uživatelů v absolutních počtech a v procentuálním podílu (share). Nejvíce zastoupenou klasifikací je D+E s 48% podílem (únor 2011). Dále následují skupiny C (31 %) a A+B (21 %). Z dlouhodobého pohledu se zastavil dlouhodobý růst podílu nižších skupin a pokles podílu vyšších skupin. Poslední rok je podíl jednotlivých skupin vyrovnaný.

Počet internetových uživatelů podle ABCDE národní socioekonomické klasifikace (kumulované skupiny)



Graf č.18, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

Podíl ABCDE národní socioekonomické klasifikace internetových uživatelů (share), kumulované skupiny



Graf č.19, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-2/2011

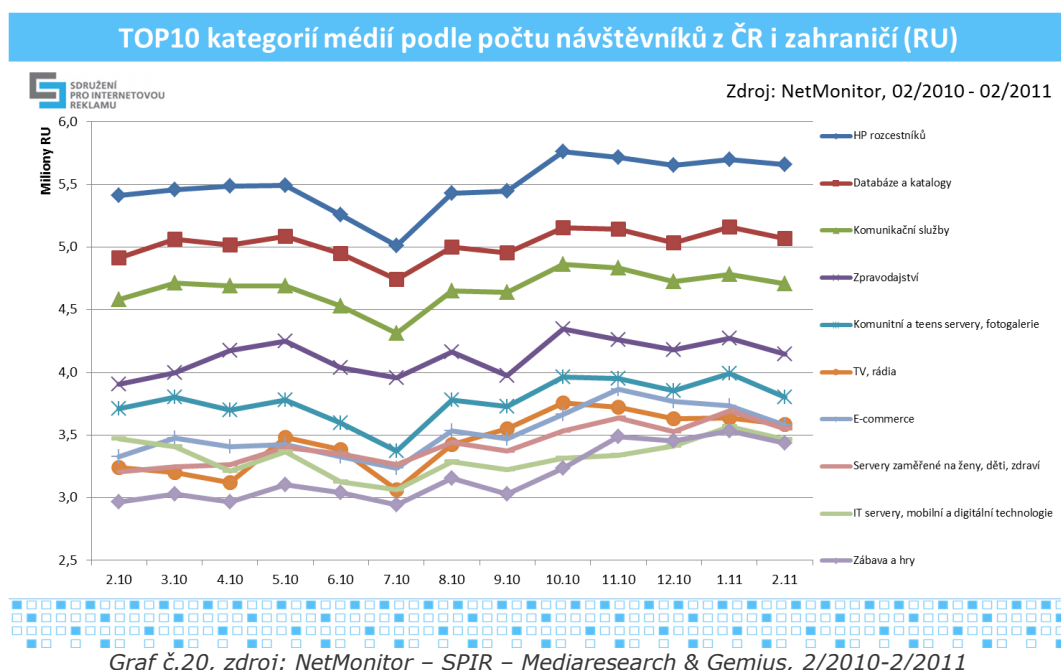
ABCDE klasifikace:

- A – Skupina s nejvyšším sociálním statusem ve společnosti, daným vysoce prestižním zaměstnáním a zároveň nejvyššími příjmy.
- B – Skupina s nadprůměrnými příjmy, obvykle vyšší management a skupina vyšších profesionálů s minimálně středoškolským vzděláním.
- C1, C2 – Skupina s průměrným životním standardem a průměrnými příjmy. Jde o skupinu např. malých podnikatelů a živnostníků, techniků, úředníků a nižších odborníků.
- D – Skupina s průměrným až mírně podprůměrným životním standardem. Patří sem např. skupina kvalifikovaných manuálních pracovníků.
- E1, E2, E3 – Skupina, charakterizovaná podprůměrným životním standardem, kde se nacházejí především neaktivní jednotlivci, tzn. nezaměstnaní, důchodci nebo nekvalifikovaní dělníci apod.

Kategorie internetových médií

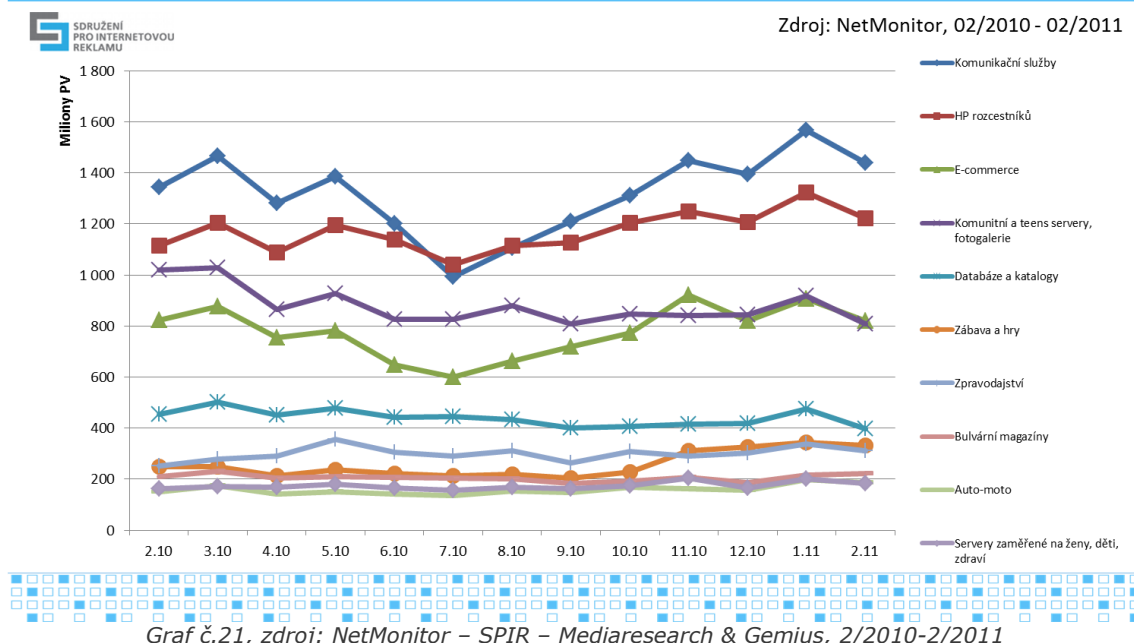
Měření NetMonitor rozlišuje od počátku roku 2008 devatenáct kategorií internetových médií. V únoru 2010 proběhla nová kategorizace internetových médií, která rozlišuje opět 19 kategorií, ale v trochu odlišné struktuře. V trendech tedy nelze jednotlivé řady kategorií navázat, proto následující grafy začínají až únorem 2010.

V grafech č.20 a č.21 je znázorněn vývoj počtu uživatelů jednotlivých kategorií v absolutních počtech. Kategorie s největším počtem návštěvníků jsou *titulní stránky rozcestníků* (únor 2011) s počtem 5,66 mil. RU, na druhém místě *databáze a katalogy* (5,07 mil. RU), na třetím místě *komunikační služby* (4,71 mil. RU).



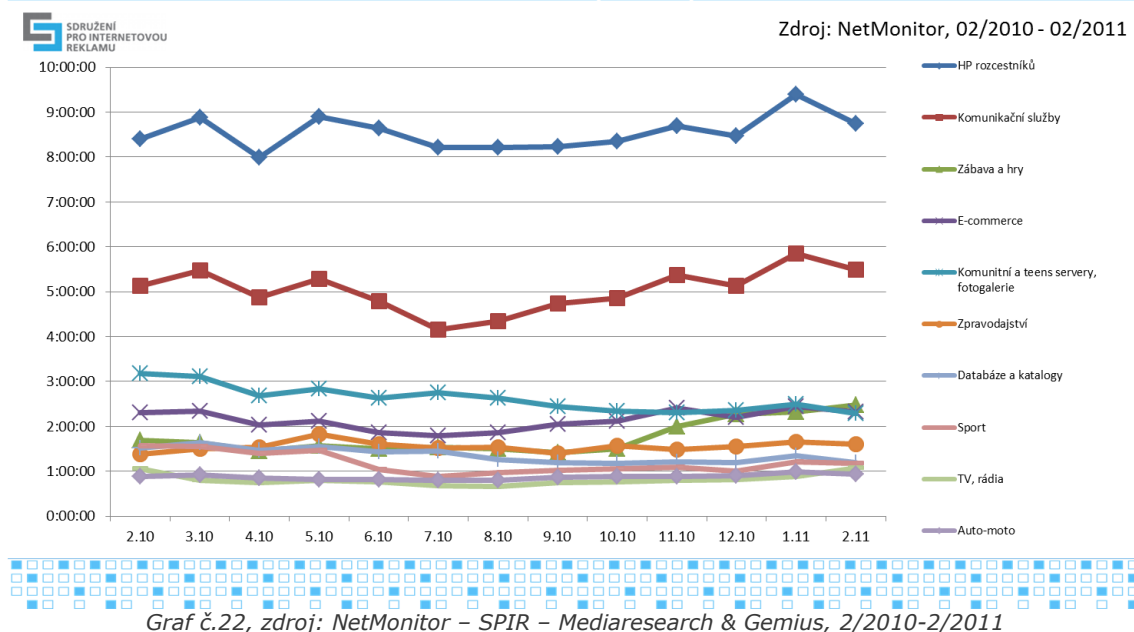
Nejvíce shlédnutých stránek v únoru 2011 bylo z kategorie *komunikační služby* (1,440 mld. PV), následují *titulní stránky rozcestníků* (1,221 mld. PV) a na třetím místě *e-commerce* (820 mil. PV), jak ukazuje graf č. 21.

TOP10 kategorií médií podle počtu shlédnutých stránek z ČR i zahraničí (PV)



V grafu č.22 je znázorněn vývoj průměrného stráveného času na návštěvníka v jednotlivých kategoriích médií. Na prvním místě v únoru 2011 s časem 8 hod a 44 min na návštěvníka je kategorie *titulní stránky rozcestníků*, na druhém místě s časem 5 hod a 29 min kategorie *komunikační servery* a na třetím místě kategorie *zábava a hry* s časem 2 hod a 28 min.

TOP10 kategorií médií podle průměrného stráveného času na 1 návštěvníka z ČR i zahraničí (ATSrel)



Pozn.: Datový šev viditelný v některých časových řadách v září 2009 je způsoben přechodem na novou metodiku měření. Více o metodice najdete [zde](#).

O projektu NetMonitor

NetMonitor (<http://www.netmonitor.cz>) je velmi rozsáhlý výzkumný projekt, jehož cílem je poskytnout informace jak o návštěvnosti internetu v České republice, tak i o sociodemografickém profilu návštěvníků v České republice.

Zadavatelem projektu je SPIR (Sdružení pro internetovou reklamu, <http://www.spir.cz>). Realizátorem projektu je společnost Mediaresearch, a. s. ve spolupráci se společností Gemius S.A.

SPIR je profesní sdružení působící v oblasti internetové reklamy od roku 2000. V současné době tvoří členská základna sdružení celkem 66 členů. Kromě provozování jednotného, široce respektovaného výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetu NetMonitor realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring a v poslední době poskytuje globální odhady vývoje internetové inzerce u nás.

Petr Kolář, analytik SPIR, petr.kolar@spir.cz, 18.4.2011