

Audit návštěvnosti internetu



Trendy v návštěvnosti internetu leden 2010 – únor 2012

www.netmonitor.cz

www.spir.cz



Trendy v návštěvnosti internetu

Tři pětiny (60 %) české populace je na internetu (alespoň jednou v měsíci navštívilo měřený server), což je o tři procentní body více než před rokem. Počet lidí využívající internet neustále roste průměrným tempem 6 % za rok. U mladých lidí do věku 15-24 let je míra penetrace internetu přes 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 30,5 %, což je o 3,5 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 síť (zahraniční) v minulém roce dále rostly jak v zahraničí, tak i u nás. Dalšími fenomény u nás zůstávají aukční a slevové servery, které internetoví uživatelé berou jako běžnou součást jejich online aktivit. Taktéž se bude dále zrychlovat růst přístupu k webovým službám prostřednictvím mobilních telefonů a tabletů.

Internetová versus reálná populace

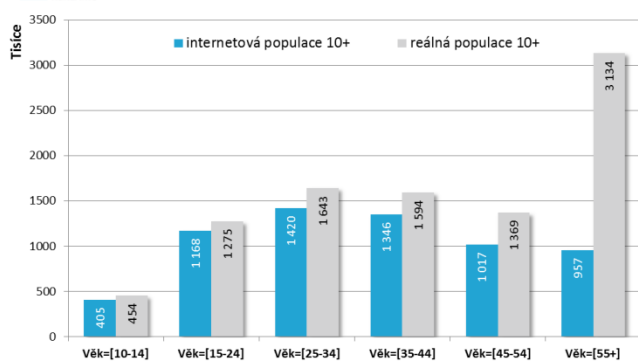
V únoru 2012 velikost internetové populace 10+ dosáhla hodnoty 6,3 milionů lidí. V porovnání s běžnou (reálnou) českou populací (10,5 mil.) jde o 60 % všech obyvatel. Aby však srovnání bylo vypovídající, musíme zmiňovanou internetovou populaci starší deseti let porovnávat s běžnou populací ve stejné věkové struktuře (9,5 mil.). V tomto případě již internetová populace (10+) tvoří více jak 66 % 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 webový server, který má zájem zúčastnit se výzkumu NetMonitor a jehož zařazení není v rozporu s etickým kodexem SPIR. V současné době měření 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 30,5 % 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 22% podílem. Polovinu internetové populace tvoří uživatelé ve věku 10-34 let.

Věková struktura reálné a internetové populace



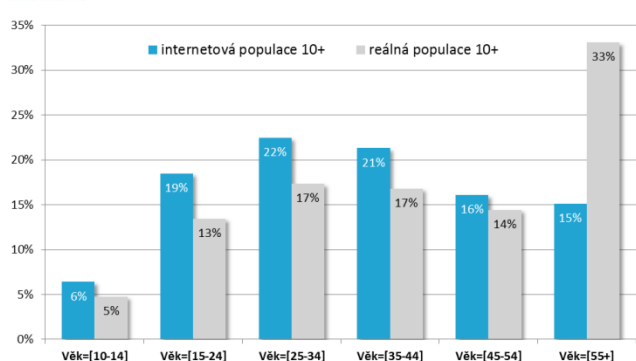
Zdroj: NetMonitor, únor 2012; ČSÚ prosinec 2010



Věková struktura reálné a internetové populace (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2012; ČSÚ prosinec 2010



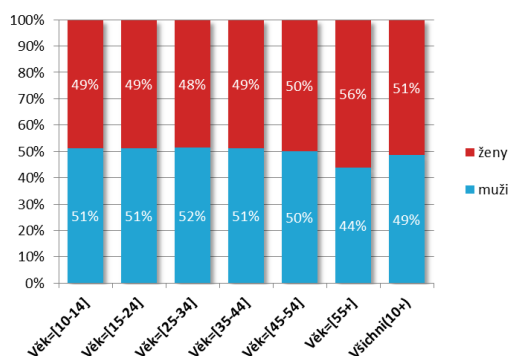
Graf č.1 a č.2, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2012; ČSÚ 12/2010

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)



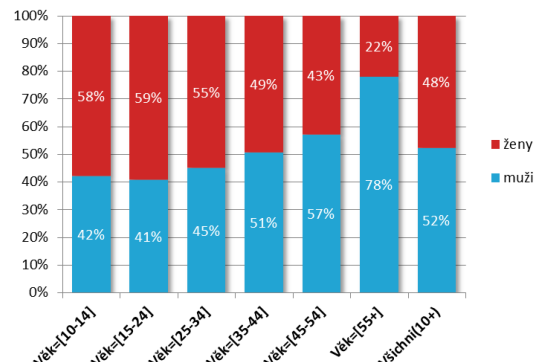
Zdroj: ČSÚ prosinec 2010



Podíl pohlaví internetové populace (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2012



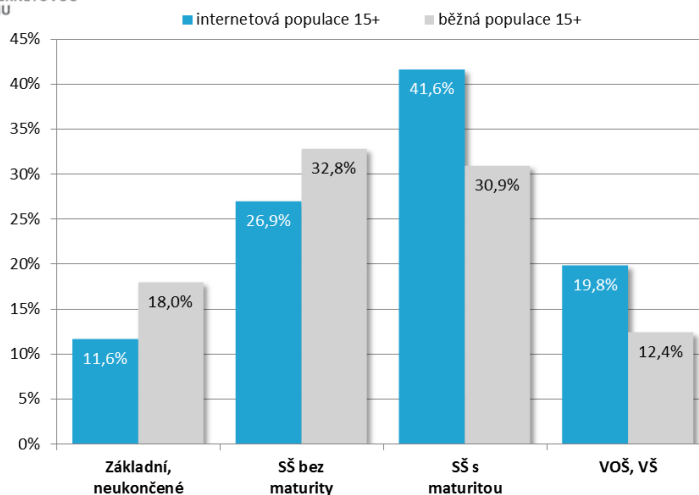
Graf č.3 a č.4, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2012; ČSÚ 12/2010

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 (61,5 %) internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou nebo vyšší vzdělání, u české populace 15+ to je 43,3 %. Nejvíce internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou (41,6 %). U reálné populace mají největší podíl lidé vyučení bez maturity (32,8 %).

Vzdělání internetové a reálné populace 15+ (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2012; ČSÚ prosinec 2010



Graf č.5, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2012; ČSÚ 12/2010

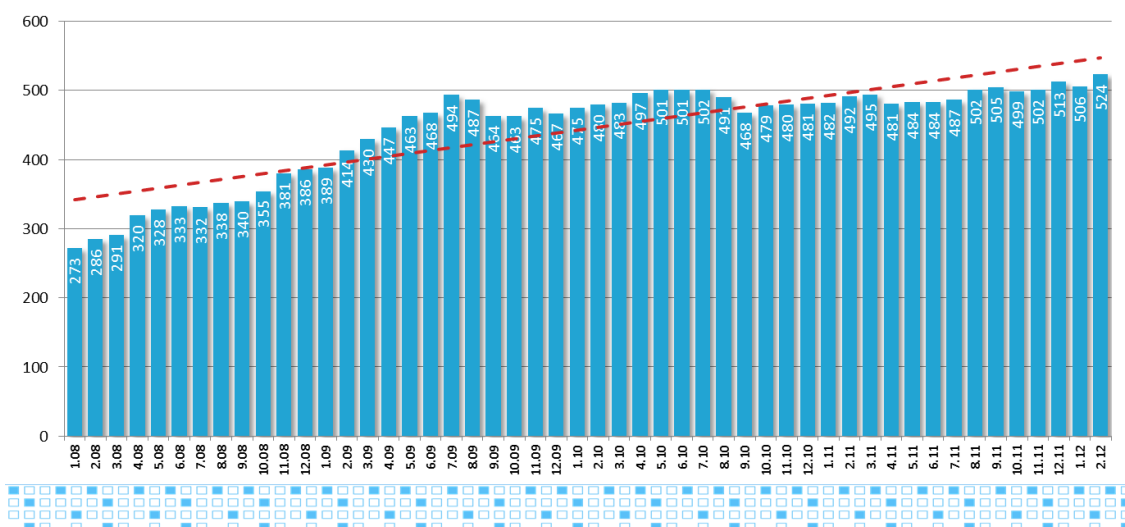
Vývoj počtu měřených médií

V grafu č.6 je znázorněn vývoj počtu měřených internetových médií (serverů). V únoru dosáhl počet měřených médií počtu 524 serverů od 57 provozovatelů. Průměrné meziměsíční tempo růstu počtu měřených serverů je 1,4 % (M2M, od počátku 2008).

Počet měřených médií (serverů)



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2012



Graf č.6, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2012

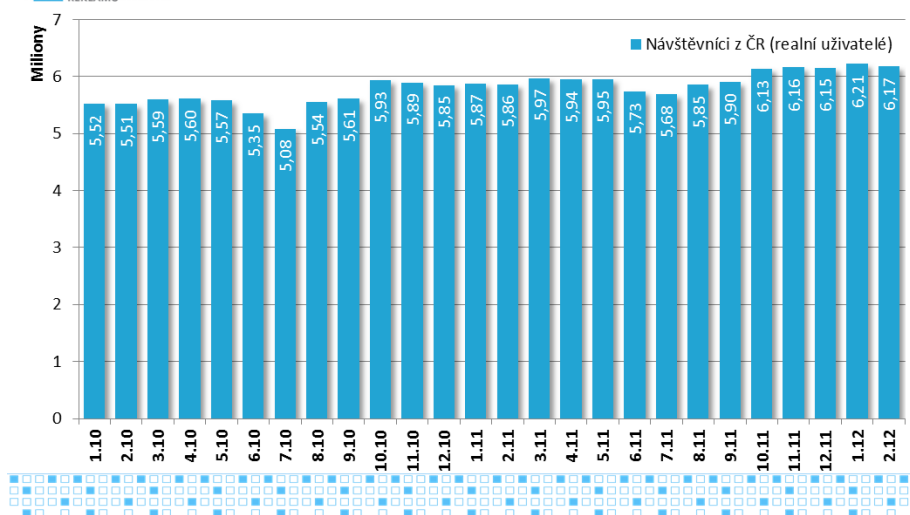
Vývoj počtu internetových uživatelů (RU)

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 2010. Jsou pozorovatelné tradiční sezónní výkyvy – poklesy v průběhu letních prázdnin. V únoru 2012 byl počet internetových uživatelů z ČR 6,17 milionů lidí.

Počet internetových uživatelů



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



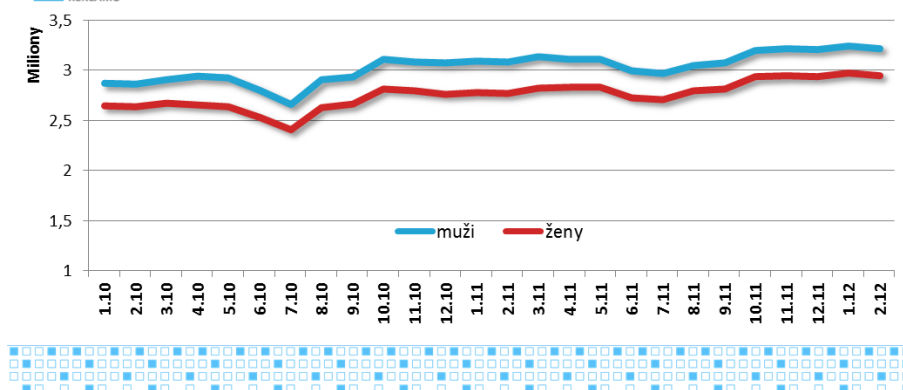
Graf č.7, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

Mužů je na internetu více. V únoru 2012 byl poměr 52,1 % mužů proti 47,9 % 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.

Počet internetových uživatelů - muži vs ženy



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



Graf č.8, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

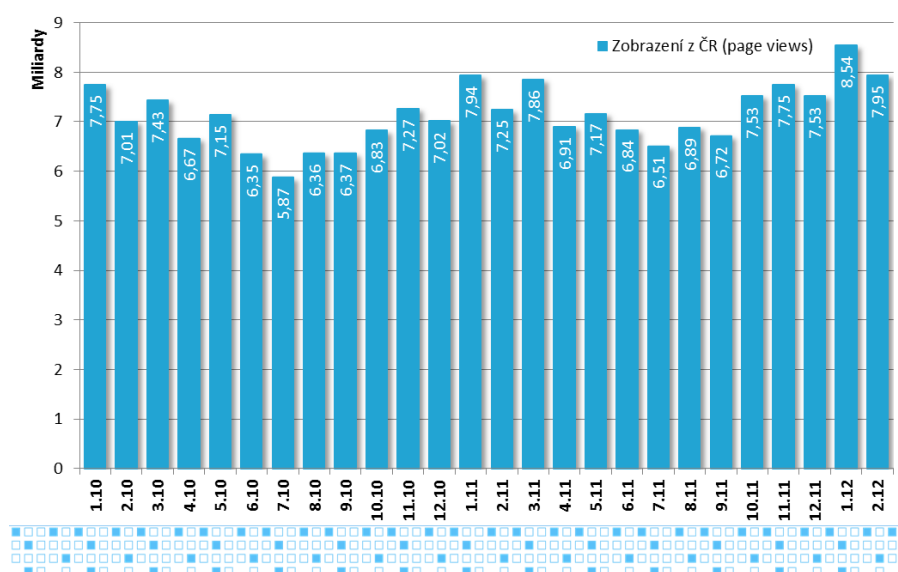
Vývoj počtu zobrazených stránek (PV)

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). Absolutním rekordem je leden 2012, kdy počet shlédnutých stránek dosáhl 8,54 miliard.

Počet shlédnutých stránek



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



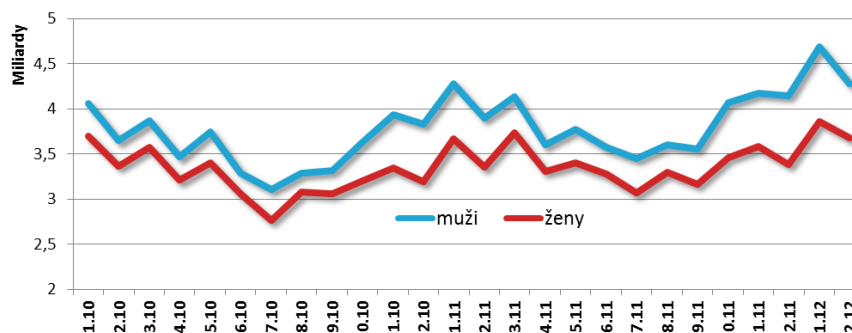
Graf č.9, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

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.

Zobrazení z ČR (page views) - muži vs ženy



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



Graf č.10, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

Vývoj délky prům. stráveného času na návštěvníka (ATS)

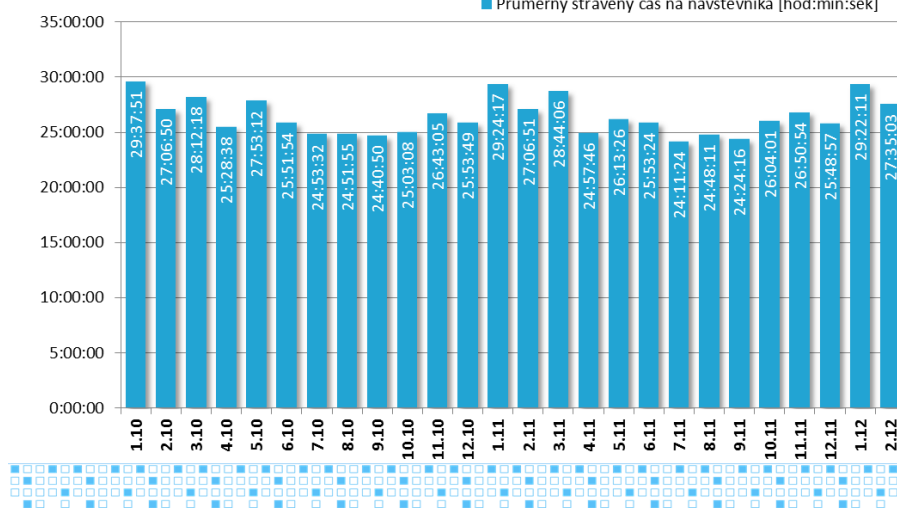
Průměrný strávený čas na návštěvníka je celkový strávený čas průměrným návštěvníkem (reálným uživatelem) z příslušné cílové skupiny na vybraném webovém serveru během daného měsíce. V grafu č.11 je znázorněn vývoj ATS na internetu (na všech měřených serverech). Maximum ATS bylo v březnu 2009 s více jak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

Průměrný strávený čas na návštěvníka



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012

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



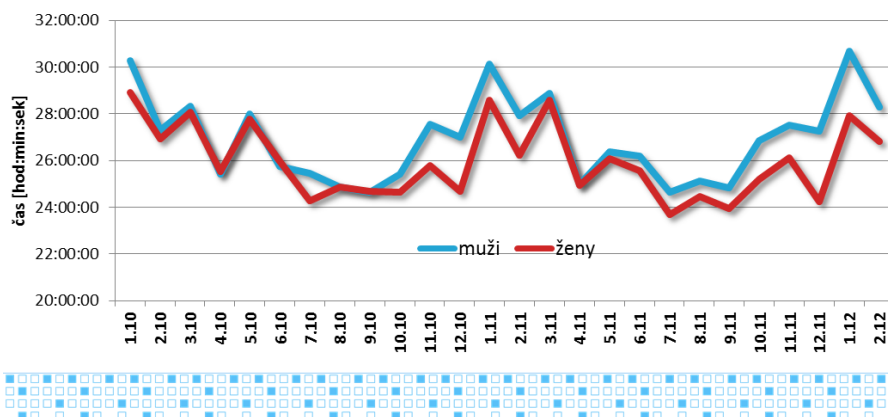
Graf č.11, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

V grafu č.12 je znázorněn vývoj ATS v závislosti na pohlaví uživatele. V únoru 2012 strávili muži na internetu v průměru o 1,5 hodiny za měsíc více než ženy. Z dlouhodobého pohledu mají muži mírně vyšší ATS než ženy, před rokem 2010 byla situace opačná.

Průměrný strávený čas na návštěvníka



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



Graf č.12, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

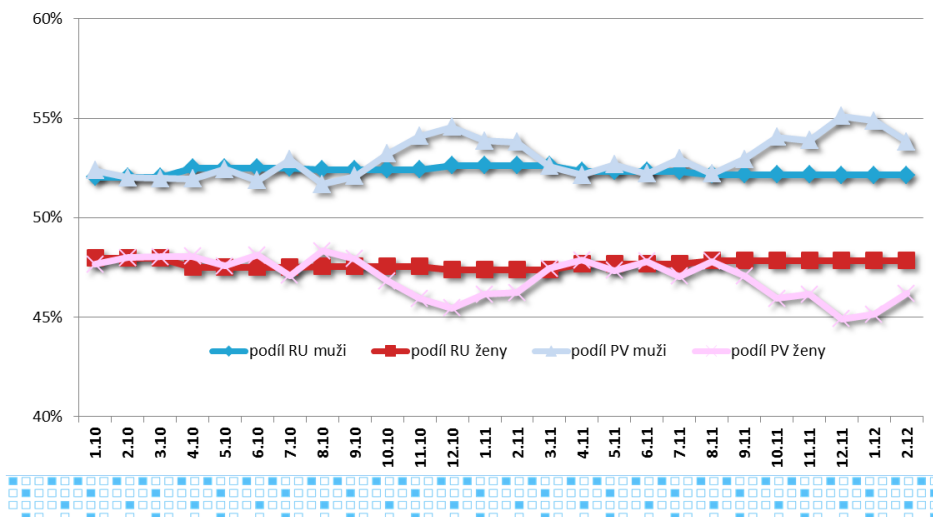
Vývoj podílu pohlaví - muži versus ženy

V grafu č.13 je znázorněn vývoj podílu pohlaví co do počtu uživatelů (RU) a počtu zobrazených stránek (PV). Je zajímavé, že v zimním období jsou muži aktivnější než ženy, tzn. že muži shlednou větší podíl stránek než je jejich podíl co do počtu. Jedním z vysvětlení může být, že muži v chladném počasí tráví více volného času doma, a to u internetu, zatímco ženy tráví domácí čas spíše domácími pracemi, obzvláště kolem Vánoc a internetu věnují méně času. To potvrzuje i graf č.12, kdy ženy mají v prosinci velký propad v ATS.

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



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



Graf č.13, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

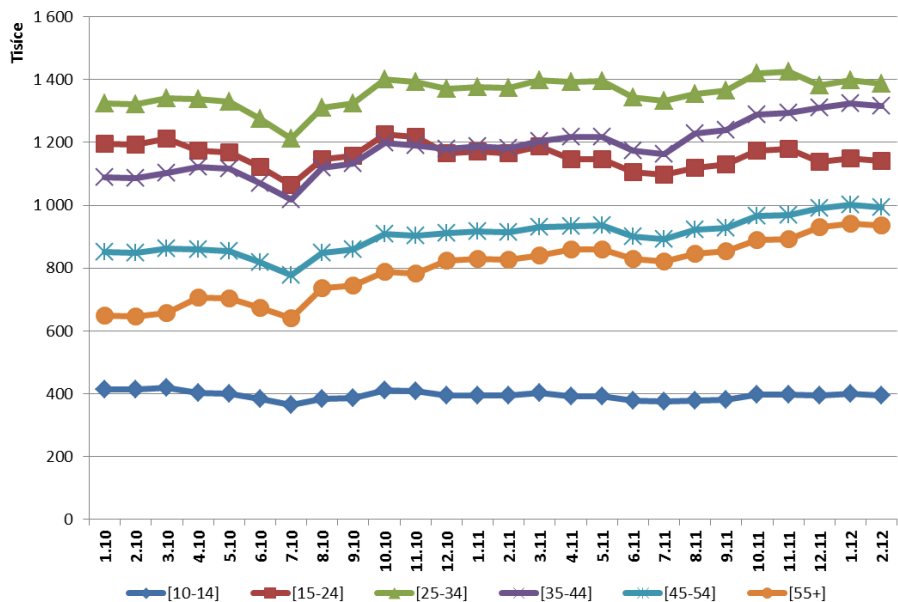
Věková struktura internetových uživatelů

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 2012). Druhou nejpočetnější skupinou je věková kategorie 35-44 let s 21% podílem. Dále následují 15-24 let (19 %), 45-54let (16 %), 55 a více let (15 %) a 10-14let (6 %). Dlouhodobě nejvíce roste nejstarší věková kategorie a významně roste i její podíl ve struktuře internetových uživatelů – internetová populace stárne. Věková kategorie 15-24 let se absolutně nemění a vzhledem k rostoucím starším skupinám její podíl klesá. 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.

Věková struktura internetových uživatelů z ČR



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012

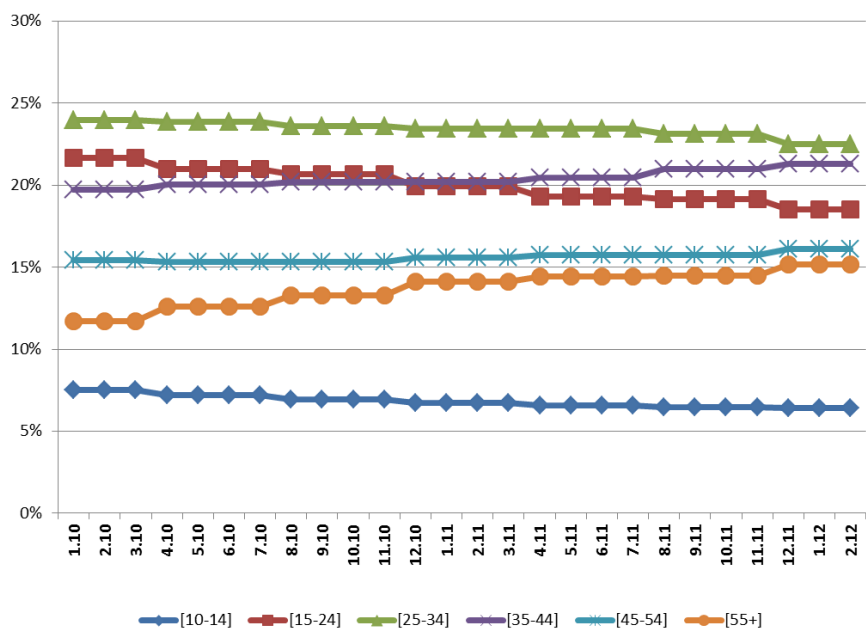


Graf č.14, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

Věková struktura internetových uživatelů z ČR (share)



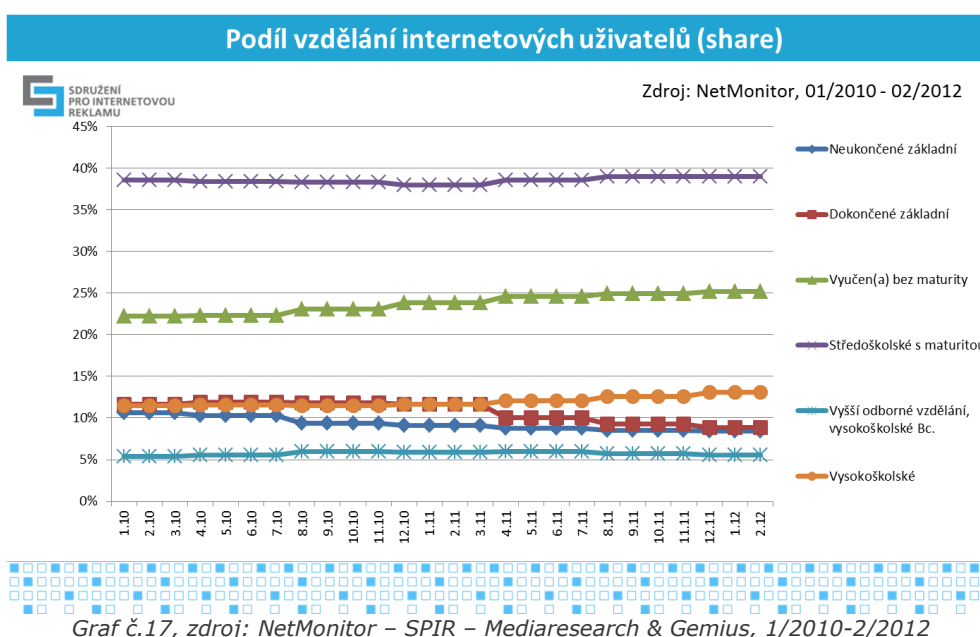
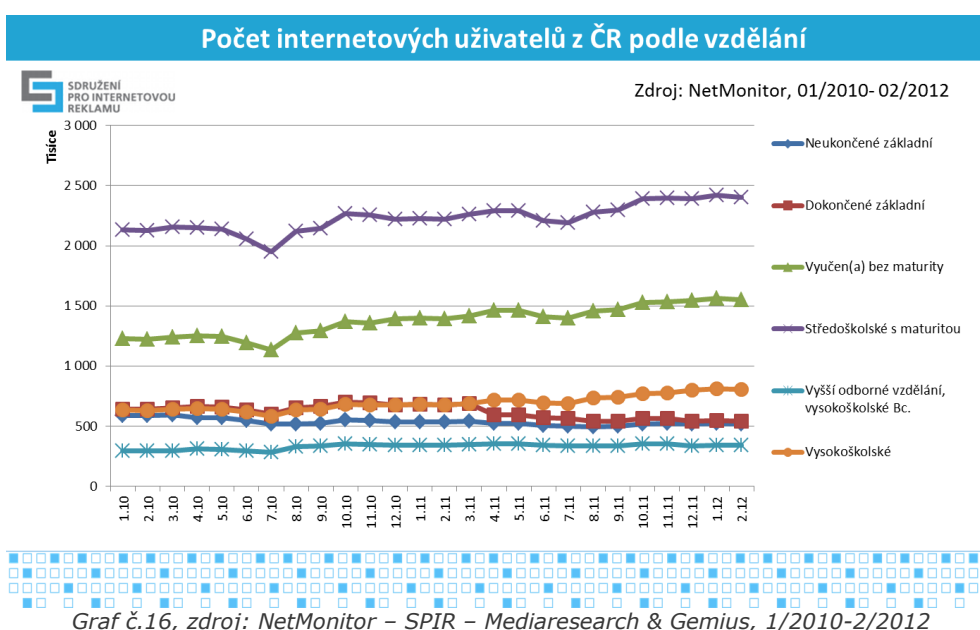
Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



Graf č.15, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

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 39% podílem (únor 2012). Na druhém místě je středoškolské bez maturity (25 %) za vysokoškolským (13 %), následují základní (9 %), neukončené základní (8 %) a vyšší odborné vzdělání (6 %). Trendem je nárůst internetové populace o lidi s nižším vzděláním, zejména lidí vyučených bez maturity. Od počátku roku 2011 mírně roste i podíl vysokoškoláků. Nejpatrnější vliv sezónnosti (letní prázdniny) je u uživatelů se středoškolským vzděláním s maturitou, protože z velké části dále studují na vysokých školách.



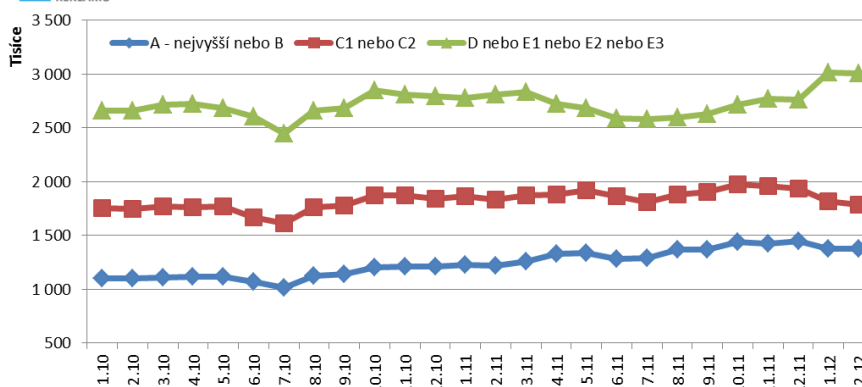
ABCDE národní socioekonomická klasifikace internetových uživatelů

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 49% podílem (únor 2012). Dále následují skupiny C (29 %) a A+B (22 %). Podíl jednotlivých skupin bývá dlouhodobě vyrovnaný. Skoková změna v lednu 2012 byla způsobena aktualizací konstant pro výpočet minimálních životních nákladů, které vstupují do výpočtu ABCDE klasifikace. Konstanty se každoročně aktualizují o inflaci.

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



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012

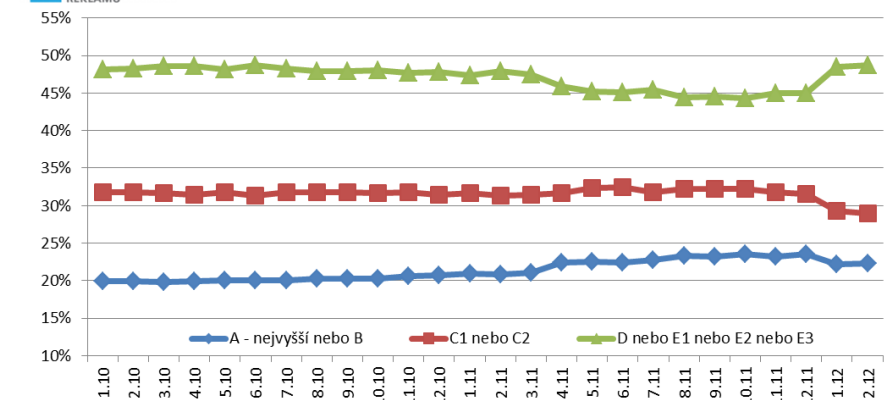


Graf č.18, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

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



Zdroj: NetMonitor, 01/2010 - 02/2012



Graf č.19, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2010-2/2012

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

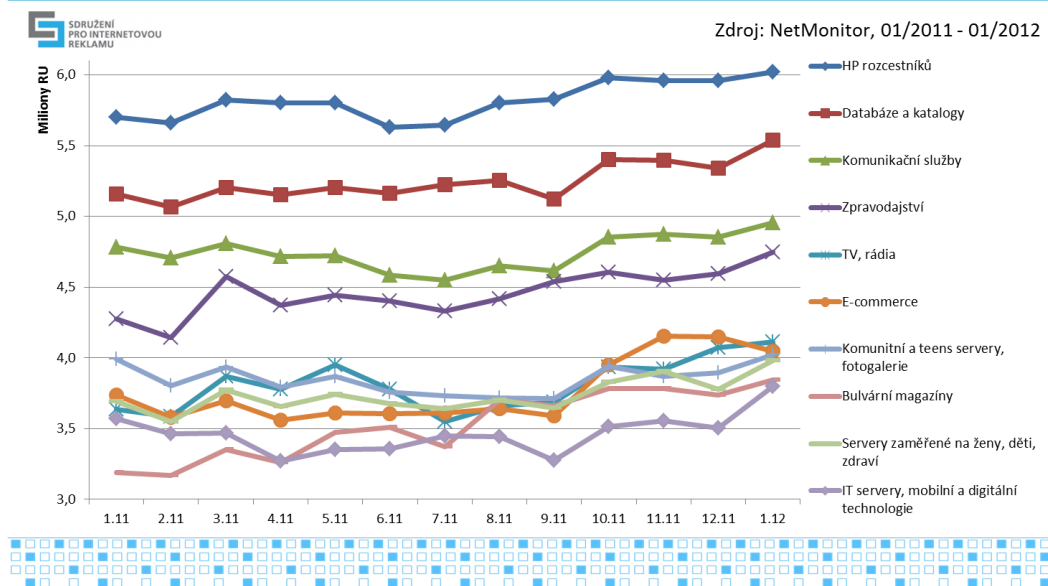
Měření NetMonitor rozlišuje od počátku roku 2008 devatenáct kategorií internetových médií. V únoru 2010 byla struktura kategorií mírně upravena, kdy se počet kategorií rozšířil o další dvě - kategorizační komise SPIR rozdělila v zájmu zpřehlednění dat kategorii č. 5. „Sery zaměřené na ženy, děti, zdraví“ na tři nové kategorie:

- Kategorie 5. „Magazíny zaměřené na ženy a módu“ (vznikne přejmenováním původní kategorie),
- kategorie 20. „Zdraví“ a
- kategorie 21. „Těhotenství a rodičovství“.

V trendech tedy nelze jednotlivé řady kategorií navázat, proto následující grafy končí lednem 2012.

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 2012) s počtem 5,97 mil. RU (ČR+zahraničí), na druhém místě *databáze a katalogy* (5,40 mil. RU), na třetím místě *komunikační služby* (4,84 mil. RU).

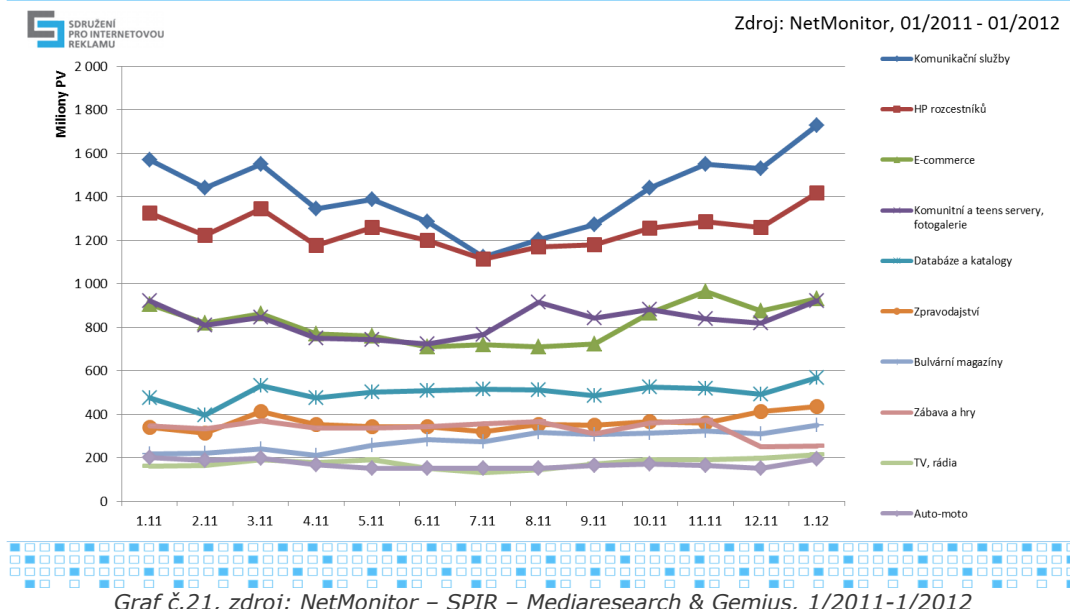
TOP10 kategorií médií podle počtu návštěvníků z ČR i zahraničí (RU)



Graf č.20, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-1/2012

Nejvíce shlédnutých stránek v únoru 2012 bylo z kategorie *komunikační služby* (1,575 mld. PV), následují *titulní stránky rozcestníků* (1,325 mld. PV) a na třetím místě *e-commerce* (886 mil. PV).

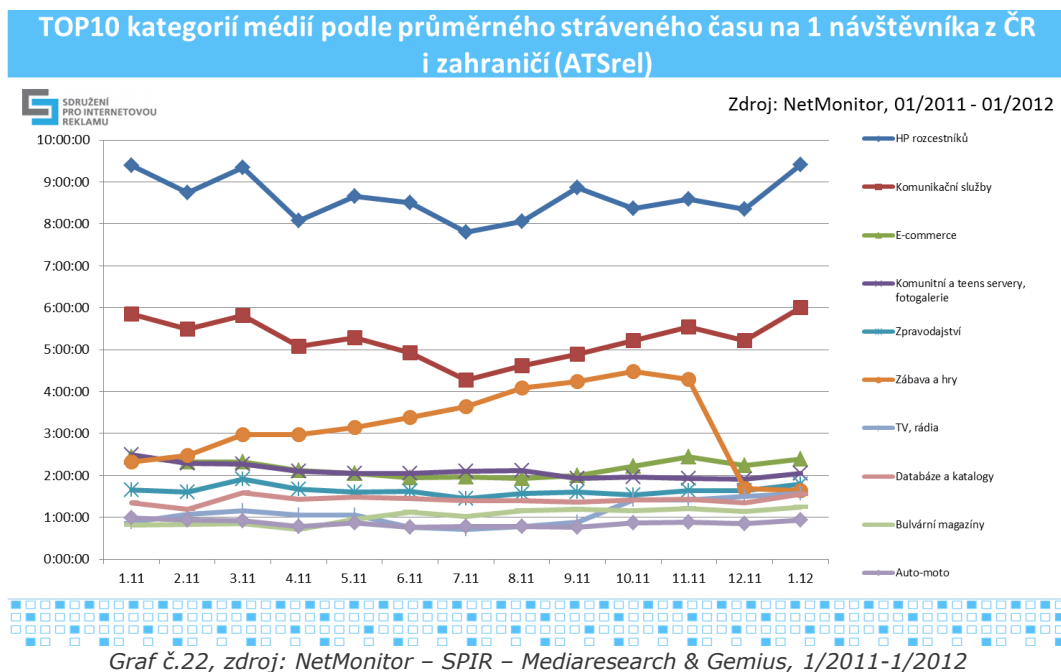
TOP10 kategorií médií podle počtu shlédnutých stránek z ČR i zahraničí (PV)



Graf č.21, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-1/2012

V grafu č.22 je znázorněn vývoj průměrného stráveného času na návštěvníka v jednotlivých kategoriích médií. Na prvním místě v únoru 2012 s časem 8 hod a 55 min na návštěvníka je kategorie *titulní stránky rozcestníků*, na druhém místě s časem 5 hod a 42 min kategorie *komunikační servery* a na třetím místě kategorie *zábava a e-commerce* s časem 2 hod a 20 min.

Pořadí prvních tří kategorií u všech metrik je stejné jako před rokem s výjimkou ATS, kde kvůli velkému propadu kategorie *zábava a hry* se na 3. místo dostala *e-commerce*. Propad byl způsoben neměřením podstatné části u herního serveru geewa.com, kdy se přestali měřit uživatelé hrající hry na této doméně prostřednictvím sociální sítě.



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 Gemius S.A. ve spolupráci se společností MEDIARESEARCH, a. s.

SPIR je profesní sdružení působící v oblasti internetové reklamy od roku 2000. V současné době tvoří členská základna sdružení celkem 57 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, 4.4.2012