

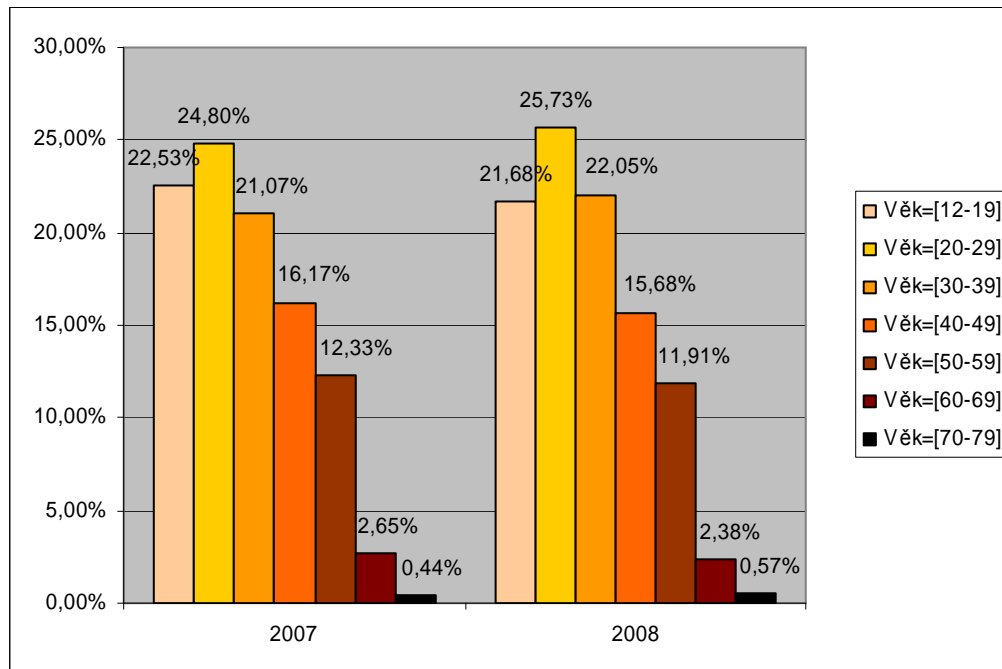
Česká internetová populace stárne

Česká internetová populace každoročně roste. Důležité jsou však také změny v ní probíhající. V této tiskové zprávě se budeme blíže zabývat meziročním vývojem (srovnání února 2007 a 2008) dvou hlavních sociodemografických znaků a to věku a vzdělání.

Dynamický vývoj českého internetu nadále pokračuje. Od února 2006 internetová populace zaznamenala již druhý meziroční nárůst o téměř 640 tis. uživatelů, takže na začátku čtvrtého roku projektu NetMonitor, v únoru 2008, čítala již celkově 4 714 974 lidí (reálných uživatelů – RU). Demografická struktura české internetové populace je ve srovnání s běžnou populací ČR odlišná. Stále v ní například na rozdíl od běžné populace převládají muži, i když už jen s mírnou převahou. Je v ní také výraznější procentuelní podíl mladších věkových kategorií a lidí s vyšším vzděláním, ale i v těchto kategoriích dochází postupem času k vývoji, jak si uvádíme dále.

Ve věkové struktuře došlo od února 2007 k menším přelivům podílů mezi jednotlivými věkovými skupinami a podepsal se na ní i růst internetové populace (viz tabulku níže).

Tabulka: RU dle věku, únor 2007 a únor 2008

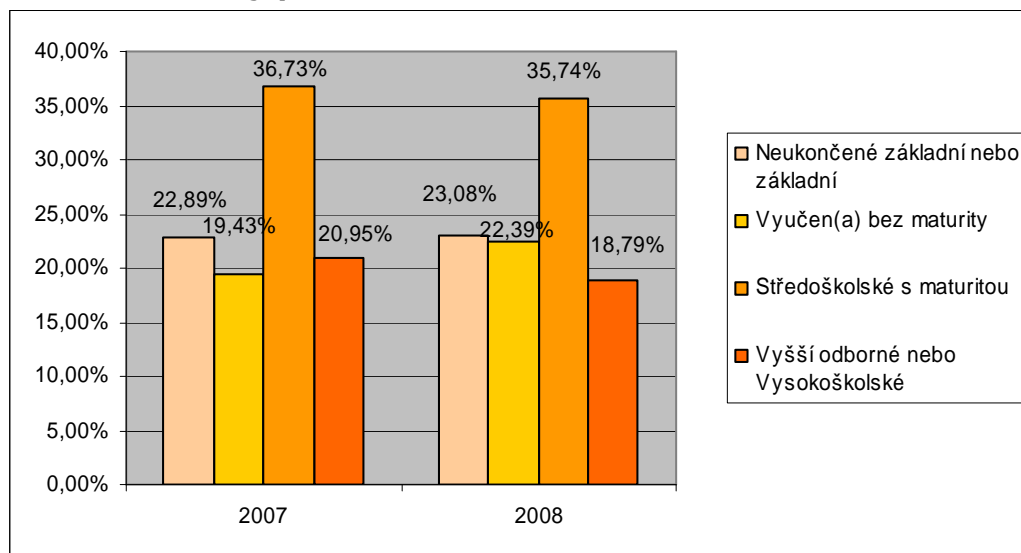


Snížil se podíl nejmladší věkové skupiny do devatenácti let (na 24,68%), což si můžeme částečně vysvětlit přesunem uživatelů do starších věkových skupin v důsledku jejich stárnutí.

Naopak tedy narostly podíly věkových skupin 20 – 29 let (na 25, 73 %) a 30 – 39 let (na 22, 05 %). Počet mladých lidí používajících internet se výrazněji nemění, avšak vlivem jejich stárnutí se zlepšují hodnoty podílů generací starších, které v dřívějších letech přístupu na internet příliš nevyužívaly. Růst internetové populace ČR se podepisuje celkově na změnách věkové struktury a to zejména ve prospěch generací středního věku. U věkových skupin 40 – 49 let, 50 – 59 a 60 – 69 let je nárůst počtu uživatelů mírnější a tak dochází k poklesu jejich procentuálního podílu, jedná se však pouze o desetiny procent. Podíl nejstarší generace 70 – 79 let se v únoru 2008 přehoupl přes půlprocentní hranici a aktuálně dosahuje výše 0, 57 %. Zjištění, do jaké míry má na tyto skutečnosti vliv celkové stárnutí běžné populace ČR, by bylo předmětem podrobnějšího zkoumání, které však není cílem této tiskové zprávy.

Při bližším pohledu na rozdělení internetové populace podle dokončeného vzdělání, zjistíme, že dlouhodoběji roste podíl uživatelů s vyučením bez maturity. Meziročně tento podíl zaznamenal nárůst o 2, 96 % na současných 22, 39 %. Naopak podíl uživatelů se středoškolským vzděláním s maturitou, vyšším a vysokoškolským vzděláním postupně klesá. I přes mírný pokles se však počet uživatelů internetu se středoškolským vzděláním stále drží na špici. V únoru 2008 jich bylo více než 1, 6 milionu, což představuje 35, 74 % internetové populace. Naopak uživatelé s vyšším a vysokoškolským vzděláním už stěží dosahují pětinového podílu. Počet uživatelů s tímto vzděláním roste nejpomaleji a poprvé za sledované období je jejich podíl mezi ostatními skupinami vzdělání nejnižší (18, 79 %).

Tabulka: RU dle nejvyššího dokončeného vzdělání únor 2007 a únor 2008



Jan Mazal, Asistent PR a Marketingu

Mediaresearch, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3
Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762
E-mail: jan.mazal@mediaresearch.cz

Irena Wintrová, Ředitelka PR a Marketingu

Mediaresearch, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3

Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762

E-mail: irena.wintrova@mediaresearch.cz

Doplňující informace:

Společnost Mediaresearch (www.mediaresearch.cz) je významnou výzkumnou agenturou s širokým portfoliem služeb v oblasti realizace marketingových a mediálních výzkumů, zpracování a analýz dat, marketingového poradenství a vývoje software. Je realizátorem tří z nejrozsáhlejších mediálních výzkumů v České a Slovenské republice - Elektronického měření sledovanosti televize (peoplemetry) v ČR, Výzkumu návštěvnosti a sociodemografie internetu v ČR (NetMonitor) a SR (AIMmonitor) a Monitoringu reklamních výdajů na internetu v ČR (AdMonitoring).

Gemius S.A. (www.gemius.pl) je největší internetovou výzkumnou agenturou ve střední a východní Evropě a poskytuje širokou škálu online výzkumů pro významné klienty v regionu. V současnosti rozbíhá svoji činnost také v Dánsku. Cílem jeho základního výzkumu gemiusAudience je zavést jednotný způsob měření návštěvnosti internetu ve všech zemích, kde společnost působí. Prostřednictvím spolupráce s významnými internetovými profesními sdruženími a dalšími klíčovými hráči na trhu Gemius poskytuje přesné, vysoce kvalitní data pro mediální plánování, nákup a prodej. Ve spolupráci s Mediaresearch realizuje komplexní výzkum internetu v České (NetMonitor) a Slovenské republice (AIMmonitor).

SPIR je profesní sdružení subjektů působících v oblasti internetové reklamy. Zastřešuje subjekty, které spojuje společný zájem - rozvoj internetu a prosazování internetové reklamy v ČR. Je zadavatelem výzkumu NetMonitor a monitoringu reklamních výdajů na internetu AdMonitoring.

NetMonitor projekt výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetových serverů. Výstupy NetMonitoru umožňují analyzovat efektivitu obsahu internetových serverů a plánovat internetovou reklamu.