

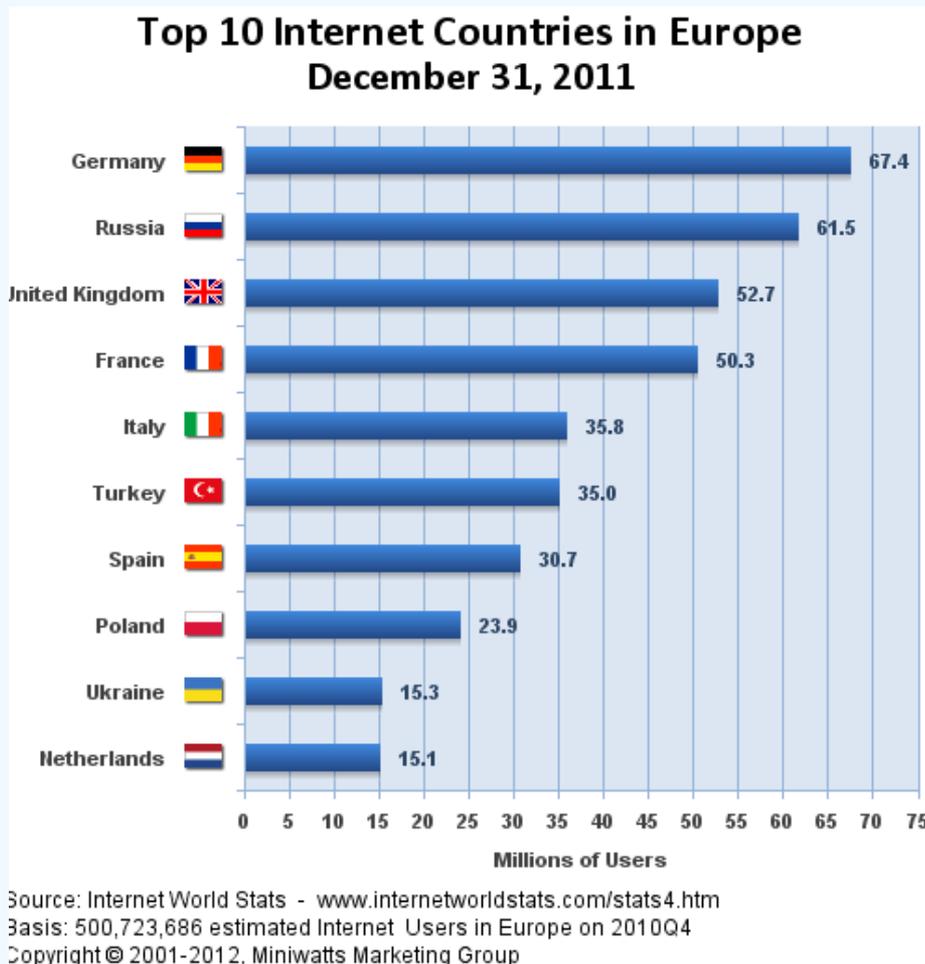
Ужасно и Прекрасно:



Онлайн исследования
в Украине

Покрытие

По данным Международного телекоммуникационного союза (ITU), в 2011 году Украина входила в десятку европейских стран с самым низким проникновением Интернета в Европе.



Одновременно Украина входит в десятку стран с самым высоким количеством пользователей интернет. Это происходит благодаря численности населения нашей страны.

Идентичность

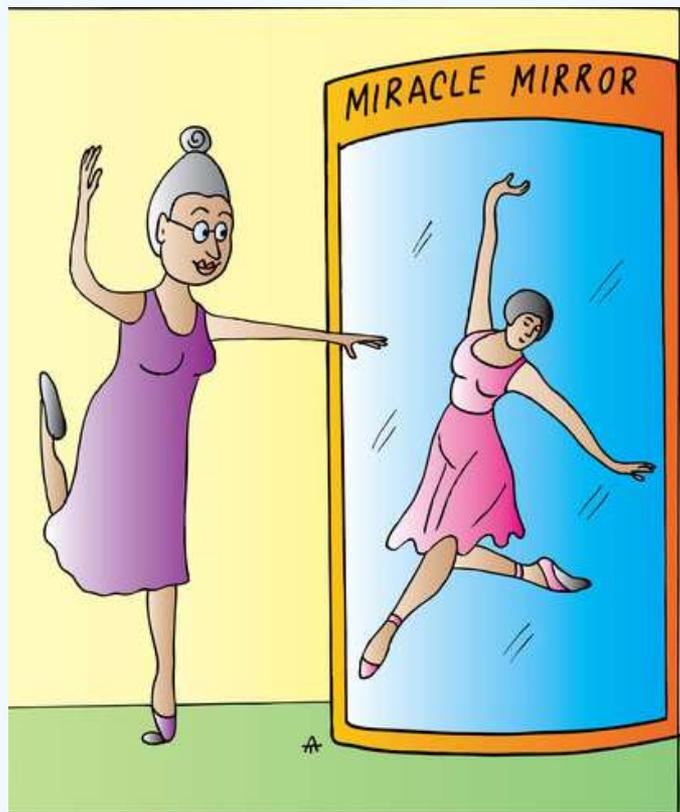


"On the Internet, nobody knows you're a dog."

Способы ограничения предоставления недостоверной профильной информации и множественного участия:

- офлайн рекрутинг
- цифровые отпечатки пальцев
- подтверждение профиля при получении оплаты

Репрезентативность



Профиль онлайн аудитории

- Пол:
 - Мужчины и женщины представлены поровну
- Возраст:
 - 62% пользователей моложе 40 лет
- Образование:
 - 55% пользователей имеют высшее или неоконченное высшее образование
- Доход:
 - 59% пользователей имеют средний + доход
- Тип поселения:
 - 84% пользователей проживают в городах

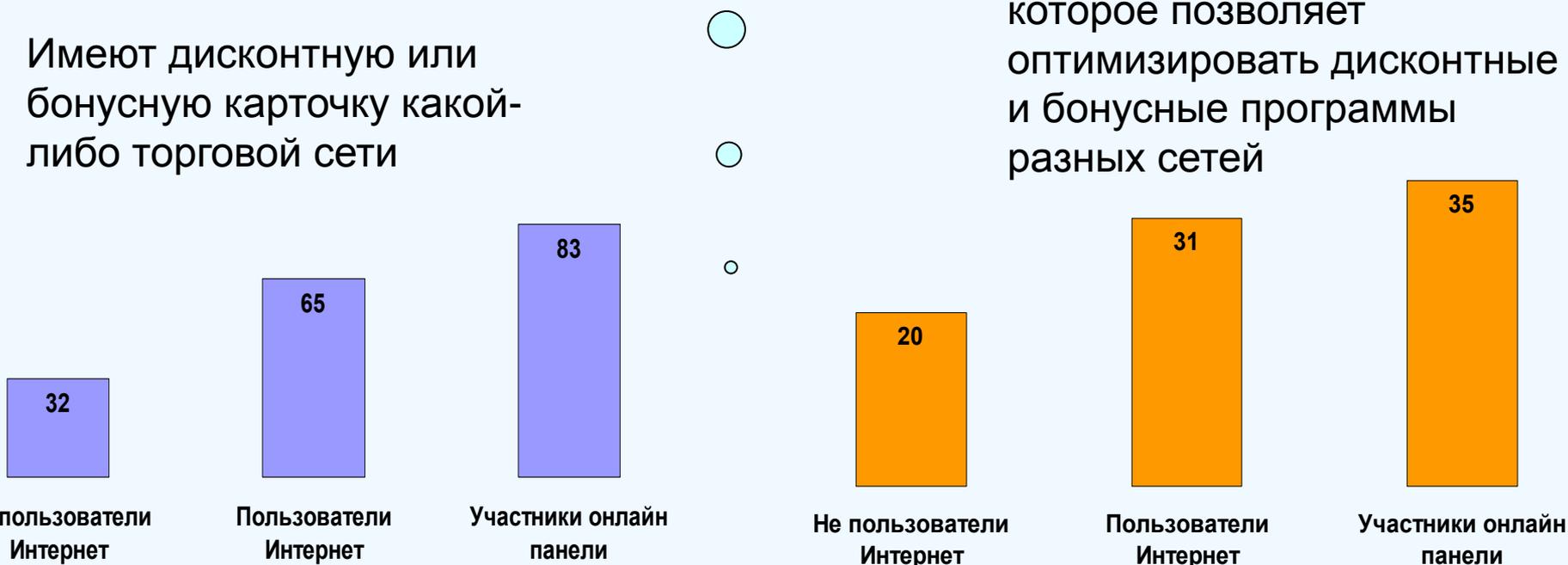
Выборка: N=869

Данные: февраль 2012 года

Мир принадлежит оптимистам, пессимисты - всего лишь зрители.

Имеют дисконтную или бонусную карточку какой-либо торговой сети

Хотели бы установить мобильное приложение, которое позволяет оптимизировать дисконтные и бонусные программы разных сетей





Response rate для регулярных опросов КМИС на протяжении последних четырех лет составляет около 53%, что почти на 10 пунктов меньше, чем за предыдущий период. Особенно сложная ситуация в столице (RR в Киеве составляет 36%) и в других крупных городах. Ситуация маскируется тем, что многие компании не указывают или завышают RR



Альтернативы



Уличные опросы

Статическое моделирование и взвешивание на non-response

Телефонные опросы

(по стационарным, мобильным телефонам, их комбинирование (dual-frame mode), опросы с помощью мобильных приложений и т.д.)

Новые технологии (сканирование импульсов мозга при просмотре рекламы, фиксация движений зрачков при выборе товара, хранение истории посещения сайтов, геолокация и т.п.)



Телефонизация в Украине

% телефонов среди взрослого населения , 2011



Тип телефонов	Всё население, %	Город	Село
Только мобильный	37	32	49
И мобильный и стационарный	41	49	25
Только стационарный	12	14	8
Не имеют телефонов	10	5	18
Всего	100	100	100
<i>Имеют стационарный</i>	<i>53</i>	<i>63</i>	<i>33</i>
<i>Имеют мобильный</i>	<i>78</i>	<i>81</i>	<i>74</i>

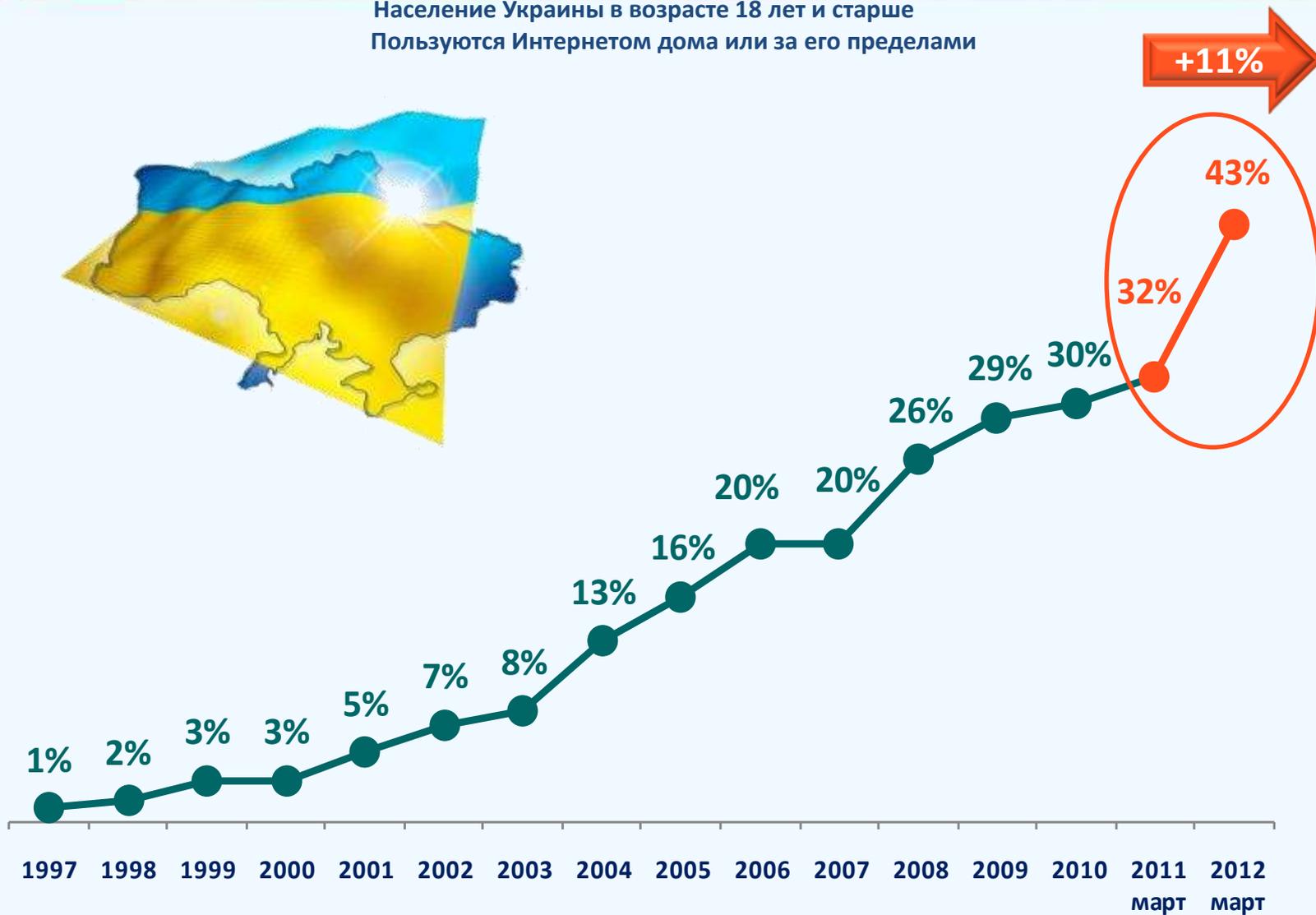
Только каждый второй (а в селе – каждый третий) имеют стационарный телефон, 10% (а в селе - 18%) не имеют телефона вообще. К тому же телефонные опросы имеют ограничения на сложность опроса.



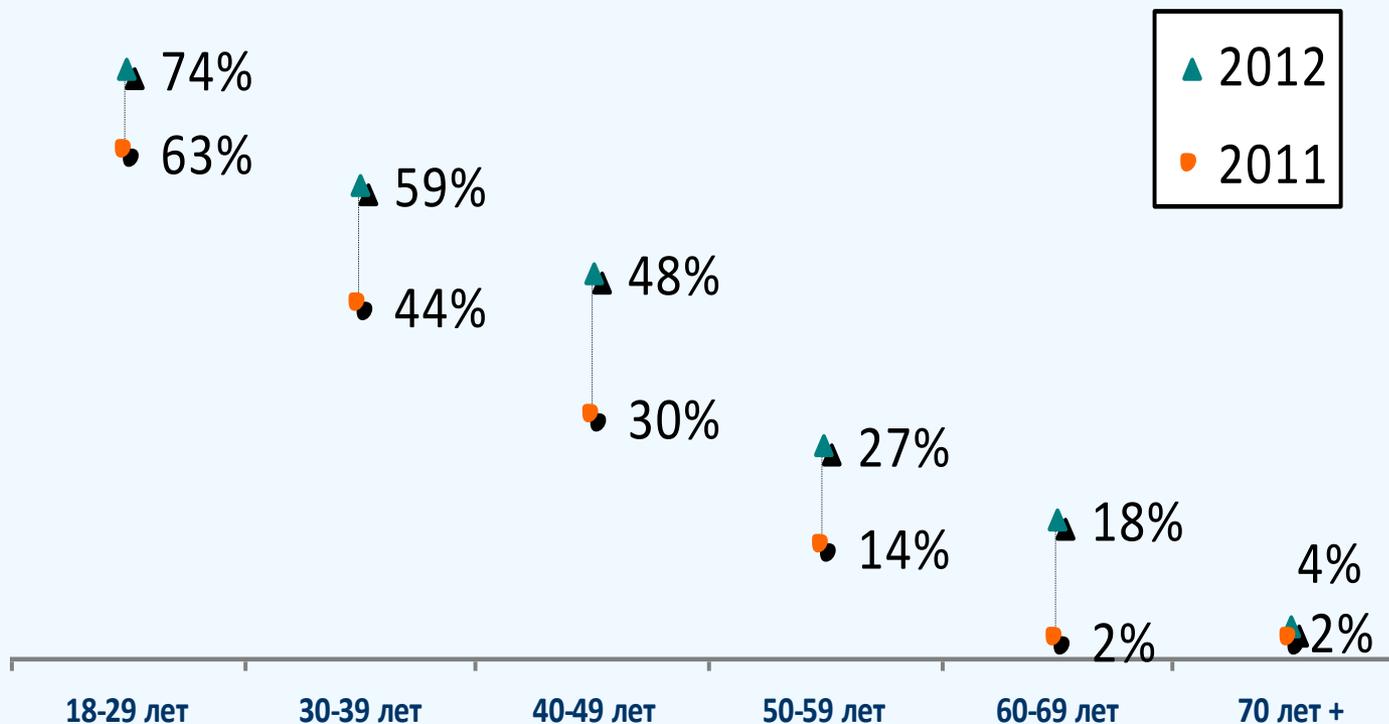
Основные тенденции развития Интернет в Украине 2011

Динамика роста Интернета

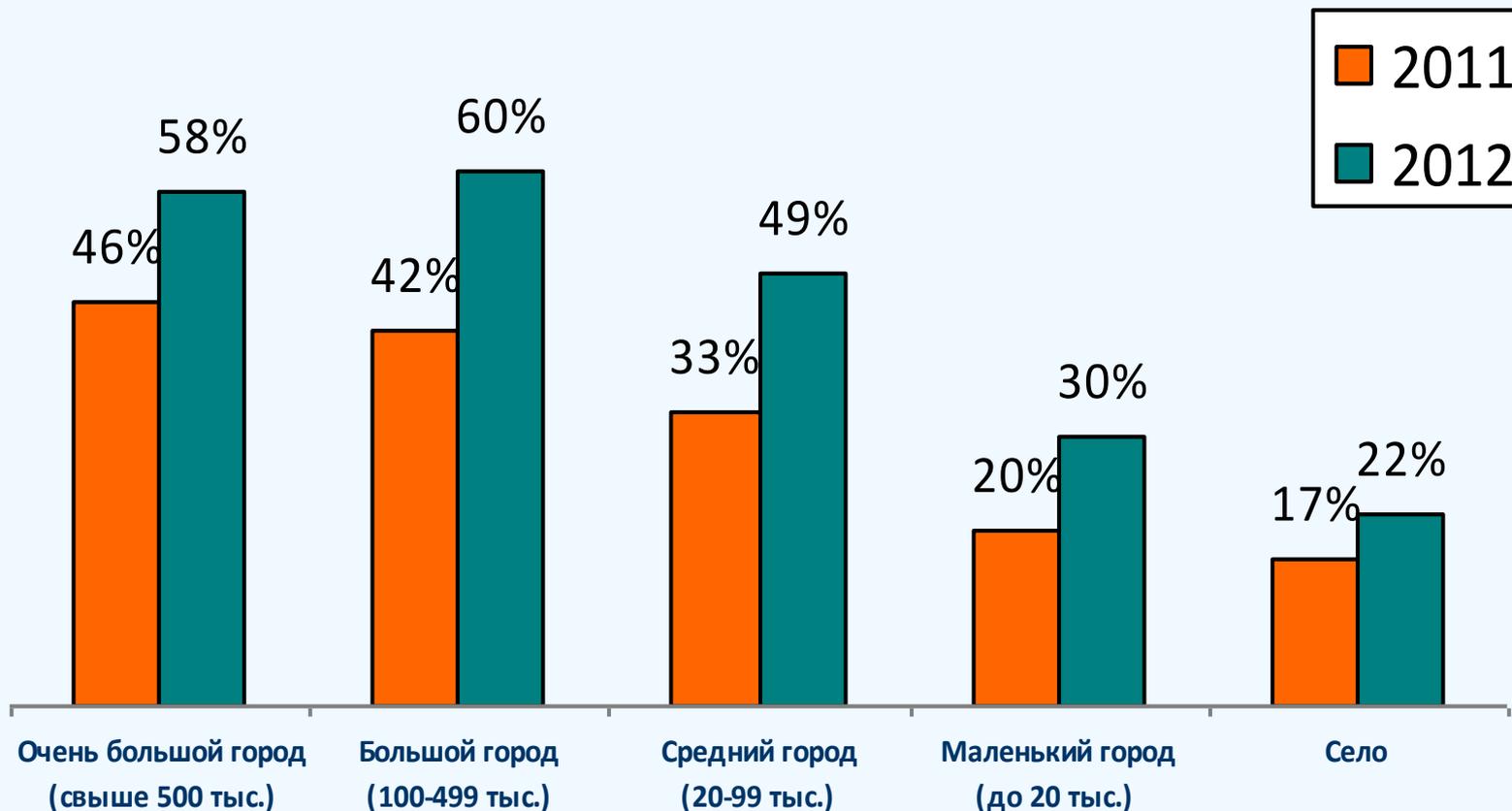
Население Украины в возрасте 18 лет и старше
Пользуются Интернетом дома или за его пределами



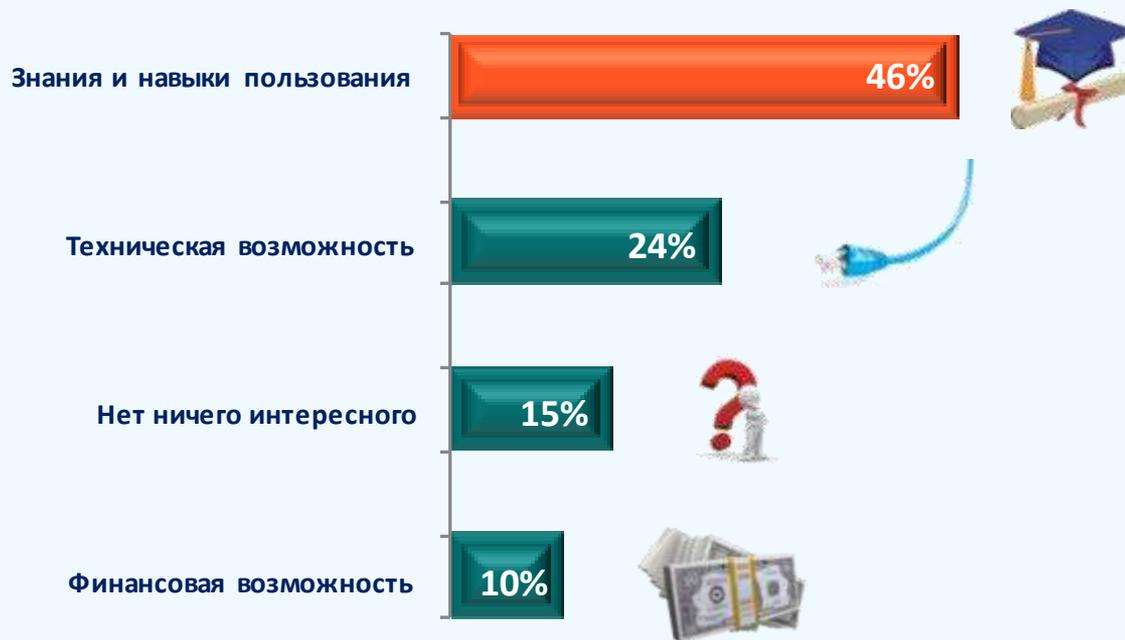
Использование Интернета 2011-2012



Использование Интернета 2011-2012



Интернетом не пользуются преимущественно из-за отсутствия знаний и навыков пользования



Знания и навыки пользования	
Отсутствие умений пользоваться компьютером	31%
Отсутствие умений пользоваться Интернетом	7,5%
Не знают, что такое Интернет	7,5%

Выборка: N=869

Данные: февраль 2012 года

Интернет в основном посещают для общения и просмотра/прослушивания Медиа контента



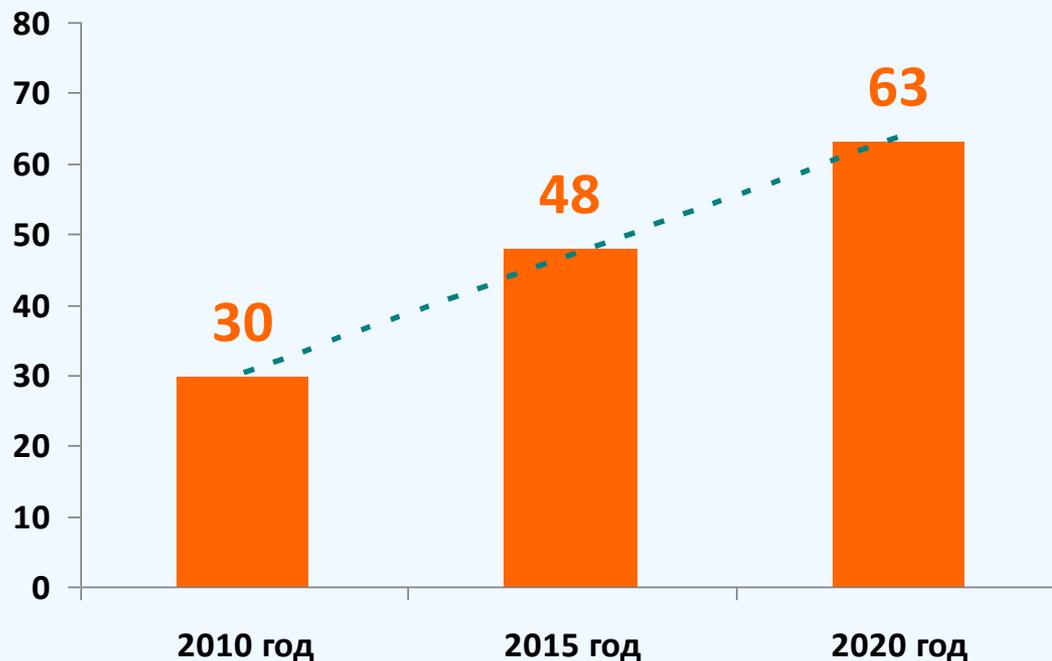
Общение
Социальные сети
Мессенджеры
Форумы, чаты

Онлайн Медиа
Интернет ТВ/Радио/Издания
Порталы новостей

Загрузка данных
Загрузка аудио/видео/фото
Загрузка или обновление ПО

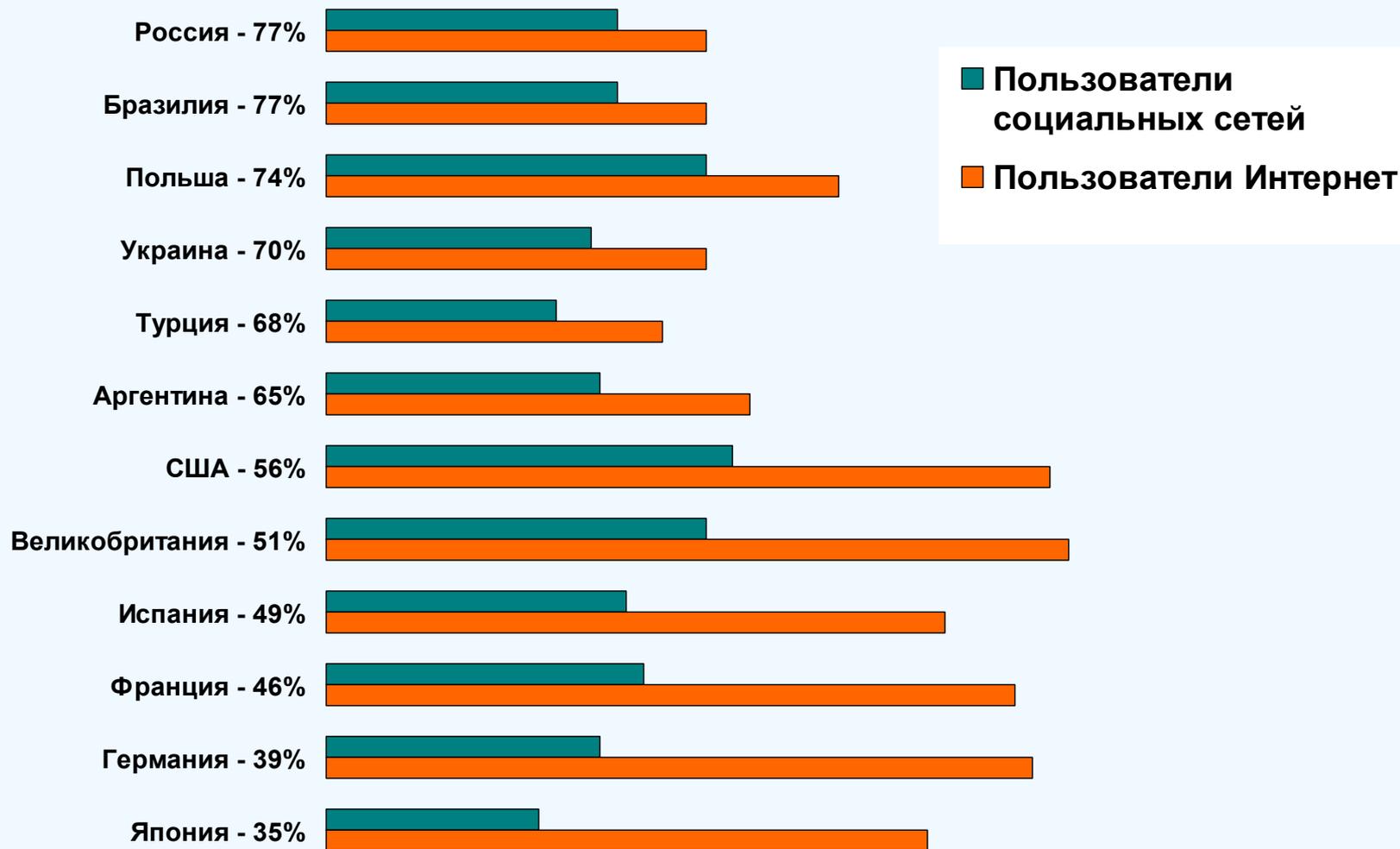
Выборка: N=869

Данные: февраль 2012 года



❁ Модель базируется на двух процессах:

- ❁ Смертность среди половозрастных когорт населения и постепенное вытеснение старших возрастных групп, у которых низкий уровень пользования Интернетом
- ❁ Постепенный прирост пользователей, специфический для отдельных половозрастных когорт

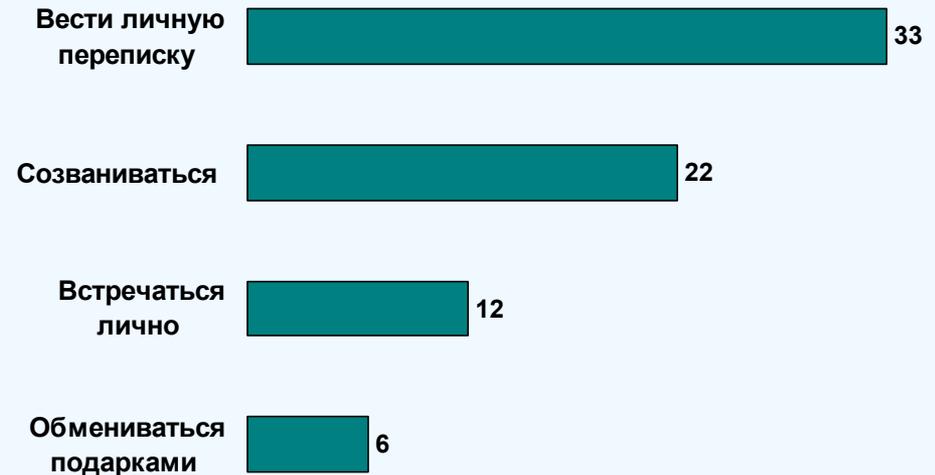


Удельный вес пользователей социальных сетей среди Интернет аудитории

Приходилось ли Вам когда-либо в Интернете/в социальных сетях ...



... с людьми, с которыми Вы познакомились в Интернете



Выборка: пользователи
Интернет, N=869

Данные: F2F Омнибус, ноябрь
2012 года



Исследовательская площадка


 Онлайн панель  - это потенциальные респонденты, которые дали свое согласие на участие в регулярных исследованиях и зарегистрировались на нашем сайте
 



Офлайн рекрутинг



Приглашение к регистрации



Регистрация



Профайлинг



Участие в опросах



Вознаграждение





Примеры исследований 2011



1. Дешево. Быстро. Эффективно



- Тестирование новой услуги среди пользователей депозитов в городах-миллионниках Украины.



- Тестирование названия нового продукта группы Festal. Оценка информации о препарате



- Исследование потребительского поведения домохозяйств и чувствительности цены на безалкогольные напитки

Заказчик: IREX реализует в Украине программу «Библиомост», направленную на модернизацию украинских библиотек, финансируемую Фондом Билла и Мелинды Гейтс



Задача исследования: оценка эффективности тренинговой программы

Методология: комбинация почтового и онлайн опросов

Выборка: ЦА – 1000 библиотек, участвовали в опросе 331

**Длительность: почтовый опрос – 189 респондентов за 1,5 месяца
онлайн опрос – 142 респондента за 2 недели
(75% ответили в течение 1 недели)**



Задача: оценка эффективности информационной кампании «Я проти насильства» проекта «Права дітей та жінок в Україні»

Методологія: комбінація онлайн + опрос с соціальних сетях

НГО и волонтеры создавали группы ВКонтакте для информирования участников о своей активности. Поиск респондентов осуществлялся размещением информации на досках объявлений, а участники отмечали себя на групповых фотографиях, что позволило найти их и рекрутировать для исследования.

Проект: Рейтинг ВУЗов «Компасс» 2008-2012



Заказчик: компания СКМ

**Респонденты: 300 крупных работодателей
Украины**

**Особенность: рейтингование 234 вузов по 5
специализациям**

Вам нужно внимательно изучить главную страницу сайта, прочитать несколько статей, посмотреть или прослушать мультимедийные файлы (аудио, видео, фотографии, и т.п.). Кроме того, попробовать использовать некоторые интерактивные функции (например, проверить ссылки разделов, возможность оставить комментарий, подписаться на рассылку новостей и т.д.)



«Вечерние вести»



«Главком»



«Левый берег»

Оценки содержания информационных сайтов

Суть исследования:

Небольшая подгруппа активных пользователей информационных веб-сайтов изучает и оценивает содержание сайтов, подачу информации и удобство использования веб-ресурса

Особенность: поэтапная комплексная оценка



Изучение нежелательной беременности, Мичиганский университет, 1000 молодых женщин, 2,5 года еженедельный журнал, онлайн + телефон

Традиционный подход

«Перед тем, как Вы забеременели (1, 2, 3 и т.д.) раз, Вы хотели забеременеть?»

- Да = желательная

Если «Нет», уточните «Вы хотели (еще) ребенка, но не сейчас или Вы (вообще/еще) не хотели иметь детей?»

- Хотели еще ребенка = несвоевременная

- Не хотели иметь детей = нежелательная

Основные проблемы:

- забывание
- пострационализация

Содержательные результаты:

77% имели сексуальные контакты

63% имели более одного сексуального партнера

24% забывали использовать противозачаточные средства хотя бы 1 раз

29% меняли статус беременности (нет, возможно, точно)

15% родили

Факторы риска для запланированной беременности:

Совместное проживание (начало и конец сожительства)

Глубокая привязанность

Начальный период восстановления отношений с предыдущим партнером

Динамическое измерение в реальном времени

Ориентации, предпочтения, убеждения

Статус сексуальных отношений и беременности

Насколько вы хотите сейчас забеременеть/ избежать беременности?

Информация о партнере и отношениях

Уточнение контактной информации

Case ID	Date	Status
1139687	Apr 1, 2010	Not pregnant
1139687	Apr 8, 2010	Not pregnant
1139687	Apr 15, 2010	Probably pregnant
1139687	Apr 22, 2010	Not pregnant
1139687	Apr 29, 2010	Definitely Pregnant

Методические результаты

Истощение (attrition) панели: журнал короче, частота заполнения реже, вознаграждение выше, достижение разными методами

Демотивация участия сексуально пассивных респонденток: специальные вопросы

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Наталья Харченко,
исполнительный директор КМИС
nkh@kiis.com.ua