

Profil návštěvníků iHNed.cz

Server www.iHNed.cz otevřel poprvé své stránky na jaře 1999. Web, jehož hlavním obsahem byly zejména zprávy z Hospodářských novin, se velmi rychle přeměnil do dnešní podoby živého ekonomického serveru s nonstop aktuálním zpravodajstvím.



Výzkum realizovala společnost STEM/MARK květen – červen 2003

- » Typickými návštěvníky iHNed.cz jsou nadprůměrně vzdělaní lidé mladšího a středního věku. Zadavatelům inzerce může server nabídnout téměř třikrát větší podíl vysokoškolsky vzdělaných lidí, než jich najdeme v obecné internetové populaci. Mezi návštěvníky serveru je 56 % vysokoškoláků a dalších 40 % návštěvníků dosáhlo středoškolského vzdělání s maturitou. 83 % návštěvníků patří do věkové skupiny 20–49 let. Muži jsou zastoupeni ze tří čtvrtin. iHNed.cz nabízí nadprůměrnou koncentraci ekonomicky aktivních osob – 81 % návštěvníků serveru.
- » Nadprůměrný vzdělanostní status návštěvnícké obce serveru se promítá do významného postavení v zaměstnání s vysokými rozhodovacími pravomocemi. Mezi návštěvníky v zaměstnaneckém poměru jich 48 % pracuje ve vedoucích pozicích. Ředitelé firem a vrcholový management tvoří 12 % návštěvníků v zaměstnaneckém poměru. V obecné internetové populaci je tato inzerčně zajímavá cílová skupina zastoupena necelými 3 %. Z celkového počtu návštěvníků jich 17 % soukromě podniká. O firemních investicích (bez ohledu na jejich výši) rozhoduje 62 % ekonomicky aktivních návštěvníků serveru. O částce převyšující 5 milionů Kč ročně rozhoduje z pozice své funkce 23 % ekonomicky aktivních osob navštěvujících server.
- » Vedoucí pracovní pozice návštěvníků serveru s sebou přinášejí nadprůměrné osobní příjmy. Osobním čistým měsíčním příjmem nad 20 000 Kč disponuje 32 % návštěvníků serveru. V obecné internetové populaci dosahuje této příjmové hranice pouze 5 % osob.
- » Server iHNed.cz navštěvují především pravidelní uživatelé internetu – denní uživatelé představují 89 % návštěvníků serveru. 88 % návštěvníků serveru využívá připojení k internetu ze zaměstnání, 84 % z domova. 92 % návštěvníků si vyhledává informace na internetu vlastními silami, 8 % dává přednost zasílání informací do e-mailové schránky. Návštěvníci serveru jsou nadprůměrně přístupní online nákupům přes internet. 71 % z nich si už objednalo prostřednictvím internetu nějaké zboží nebo služby, 58 % návštěvníků využilo této možnosti již několikrát.
- » Sociodemografická charakteristika návštěvníků serveru iHNed.cz se odráží ve vysokém nákupním potenciálu a spotřebitelském chování zaměřeném na dražší a kvalitnější výrobky a služby. Nezanedbatelným znakem návštěvníků serveru je také značná ochota dále se vzdělávat a živý zájem o technologické novinky.

ÚVOD

Economia OnLine realizovala na přelomu května a června 2003 výzkum, jehož cílem bylo zjistit sociodemografický profil, spotřební a nákupní chování návštěvníků ekonomického zpravodajského portálu iHNed.cz.

Realizátorem výzkumného projektu byla agentura STEM/MARK. Economia OnLine tím navázala na podobně zaměřený výzkum uskutečněný stejnou společností již na podzim 2001. Významným přínosem srovnatelného projektu tak bylo zjištění vývojových trendů a změn v chování návštěvníků serveru iHNed.cz.

Pro zjištění specifík skupiny návštěvníků serveru bylo využito srovnání s obecnou internetovou populací definovanou výzkumem Media Projekt v 1. pololetí 2003. Media Projekt monitoruje kromě jiného rozšíření internetu a sociodemografický profil jeho uživatelů v populaci ve věku 12–79 let.

Dotazování probíhalo kvantitativním internetovým výzkumem využitím pop-up metody sběru dat na homepage iHNed.cz a několika významných sekcích – Hospodářské noviny, FinWeb, DigiWeb, KarieraWeb, MaM a Reality. Dotazování se zúčastnilo 3 779 respondentů, počet kompletních interview byl 2 955. (Otázky nebyly povinné, proto označujeme jako kompletní rozhovory všechny, u nichž dosáhli respondenti poslední obrazovky dotazníku.)

SOCIODEMOGRAFICKÝ PROFIL

NÁVŠTĚVNÍKŮ

Demografické charakteristiky návštěvníků ekonomického zpravodajského serveru iHNed.cz korespondují s obsahovým zaměřením serveru. Mezi návštěvníky převažují muži, věková skupina 20–49 let a vysokoškolsky vzdělaní lidé bydlící ve městech nad

100 tisíc obyvatel. Nejčastěji jde o podnikatele nebo zaměstnance s velmi dobrým postavením v zaměstnání, vysokými rozhodovacími pravomocemi a s tím souvisejícím nadprůměrným osobním příjmem.

Při srovnání s obecnou internetovou populací je mezi návštěvníky serveru iHNed.cz nadprůměrná koncentrace těchto cílových skupin (viz tabulka na této straně).

Návštěvníci iHNed.cz tvoří nadprůměrně vzdělanou skupinu. Pouze marginální 4 % návštěvníků nemají ukončené středoškolské vzdělání s maturitou, 56 % jsou vysokoškoláci, 40 % středoškoláci s maturitou.

81 % návštěvníků tvoří osoby ekonomicky aktivní. V zaměstnaneckém poměru je 64 % návštěvníků, 6 % jsou podnikatelé se zaměstnanci a dalších 11 % se řadí mezi soukromé podnikatele bez zaměstnanců. Téměř celou kategorii ekonomicky neaktivních osob tvoří studenti, kterých je mezi návštěvníky serveru 16 %.

Ve vedoucích pozicích pracuje téměř polovina návštěvníků serveru v zaměstnaneckém poměru. V kategorii vrcholového řídicího managementu (ředitelé firem, vrcholoví manažeři a vedoucí pracovníci s podřízenými útvary) pracuje každý osmý pracovník. V obecné internetové populaci pracuje na pozici vrcholového řídicího managementu jen každý třicátý sedmý pracovník v zaměstnaneckém poměru.

Od vysokého podílu vrcholového managementu mezi návštěvníky serveru se zákonitě odvíjí také vysoký podíl osob s rozhodovacími pravomocemi. O jistých částkách firemních investic rozhoduje celých 62 % ekonomicky aktivních návštěvníků serveru, přitom 23 % ekonomicky aktivních návštěvníků rozhoduje o investicích nad 5 milionů. Pro srovnání v obecné internetové populaci se na rozhodování o finančních tocích podílí pouze 35 % ekonomicky aktivních osob a o investicích nad 5 milionů rozhodují jen 3 % ekonomicky aktivní internetové populace.

	Server iHNed.cz	Obecná internetová populace
Muži	74 %	54 %
Vysokoškoláci	56 %	20 %
Věk 20 – 34 let	55 %	36 %
Čistý měsíční osobní příjem nad 20 000 Kč	32 %	5 %
Velikost bydliště nad 100 tisíc obyvatel	54 %	30 %
Ekonomicky aktivní osoby	81 %	62 %
Ředitelé firem a vrcholový management (100 % = zaměstnanci)	12 %	3 %
Rozhoduje o firemních investicích (100 % = ekonomicky aktivní)	62 %	35 %
Rozhoduje o firemních investicích nad 5 milionů Kč (100 % = ekonomicky aktivní)	23 %	3 %

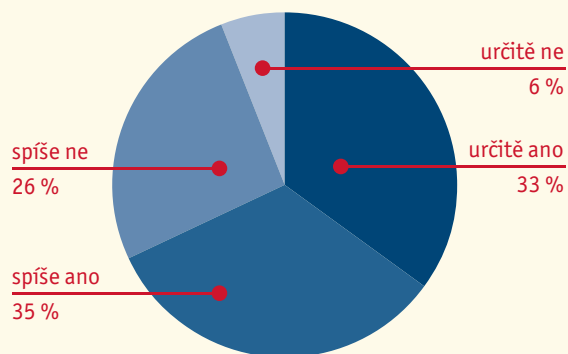
Návštěvníci iHNed.cz patří mezi osoby s nadprůměrným osobním čistým měsíčním příjmem. Každý třetí návštěvník disponuje čistým příjmem nad 20 000 Kč, 16 % návštěvníků dosahuje dokonce vysoce nadprůměrného čistého osobního příjmu vyššího než 30 000 Kč. V obecné internetové populaci jsou osoby s takto vysokými příjmy zastoupeny v daleko nižší koncentraci, pouze 5 % populace dosahuje čistého příjmu nad 20 000 Kč.

UŽIVATELSKÉ ZVYKLOSTI NA INTERNETU

Návštěvnická obec serveru iHNed.cz nabízí zadavatelům inzerce stabilní skupinu osob, která využívá internet prakticky denně, a to jak v zaměstnání, tak doma. Většinou jde o velmi pracovně vytížené zaměstnance nebo podnikatele s dobrou finanční situací, kteří jsou otevření novým technologiím a nezdráhají se obchodovat přes internet.

Na iHNed.cz je 2,5× větší podíl denních uživatelů internetu ve srovnání s jejich podílem v obecné internetové populaci. 89 % návštěvníků serveru přistupuje k internetu denně, dalších 7 % alespoň třikrát týdně. 88 % návštěvníků využívá připojení v zaměstnání, 84 % návštěvníků má k dispozici připojení z domova.

Plánovaný nákup zboží / služeb na internetu v následujících 6 měsících (podíl mezi návštěvníky iHNed.cz)



92 % návštěvníků serveru preferuje vyhledávání informací vlastními silami, jen 8 % dává přednost zasílání informací do e-mailové schránky. 71 % návštěvníků si už objednalo prostřednictvím internetu nějaké zboží nebo služby, 58 % návštěvníků využilo této mož-

nosti opakovaně. Nepřekvapí, že neaktivněji si v internetovém obchodování počínají návštěvníci serveru DigiWeb.cz, který se zabývá světem informačních technologií, komunikace a internetu, a návštěvníci serveru FinWeb.cz, který mapuje oblast financí. Oba servery patří k nejvýznamnějším sekcím zpravodajského portálu iHNed.cz. Alespoň jednou již přes internet nakupovalo 79 % návštěvníků serveru DigiWeb.cz a 75 % návštěvníků serveru FinWeb.cz.

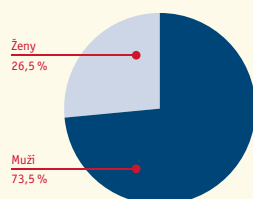
NÁKUPNÍ A SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ NÁVŠTĚVNÍKŮ

Vysoké příjmy návštěvníků serveru se odrážejí v nadprůměrném nákupním potenciálu. Návštěvníci serveru preferují technologické novinky, dražší a kvalitnější výrobky a služby. 39 % návštěvníků serveru si plánuje do roka koupit pro osobní potřebu nebo potřebu domácnosti počítač nebo notebook, 73 % návštěvníků plánuje koupit zahraniční zájezd, dalších 72 % tuzemskou dovolenou. Velkým hitem poslední doby je nákup digitálních fotoaparátů, který si hodlá pořídit 41 % návštěvníků serveru.

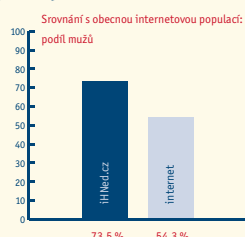
Vysoká vzdělanostní úroveň návštěvnické obce koresponduje s velkým důrazem na další vzdělávání a zvyšování kvalifikace. V následujících 12 měsících plánuje 47 % čtenářů návštěvu jazykových kurzů, 13 % návštěvu počítačových kurzů a 45 % návštěvu jiných kurzů určených ke zvyšování kvalifikace.

Vysoká příjmová hladina, na které se nachází většina návštěvníků iHNed.cz, otevírá širší možnosti dlouhodobých investic. 38 % návštěvníků si plánuje v následujících 12 měsících koupit nemovitost nebo byt. Mezi návštěvníky serveru Reality.iHNed.cz má stejný záměr dokonce 47 % osob. S nemovitostmi úzce souvisí 10 % návštěvníků iHNed.cz, kteří využívají hypoteční úvěr a hodlají ho využívat nadále, a 33 % návštěvníků serveru, kteří ho chtějí do roka začít využívat. Více než polovina návštěvníků serveru má sjednáno životní pojištění, podobně více než polovina návštěvníků má sjednáno také penzijní připojištění.

Struktura návštěvníků podle pohlaví



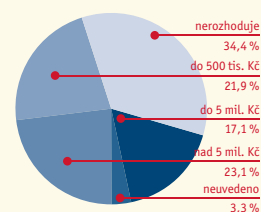
Typickými návštěvníky serveru iHNed.cz jsou muži, kteří jsou zastoupeni téměř ze tří čtvrtin.



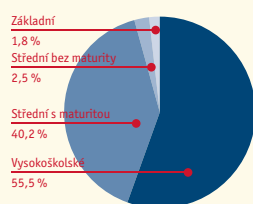
Struktura podle rozhodovacích pravomocí



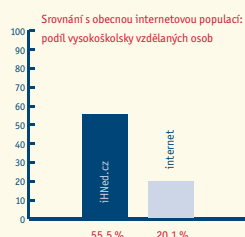
Na iHNed.cz jsou ve srovnání s obecnou internetovou populací nadprůměrně zastoupeny osoby s pravomocí rozhodovat o firemních investicích.



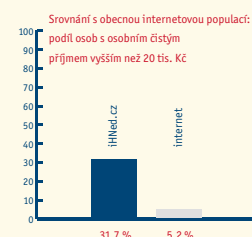
Struktura podle vzdělání



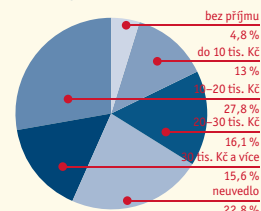
Na iHNed.cz je téměř třikrát větší podíl vysokoškolsky vzdělaných lidí než v obecné internetové populaci.



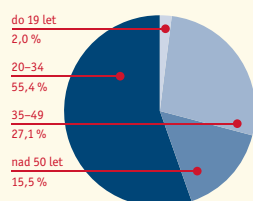
Struktura podle osobního příjmu



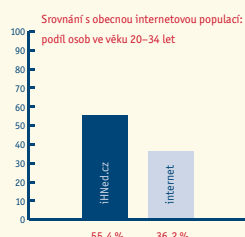
Na iHNed.cz jsou ve srovnání s obecnou internetovou populací nadprůměrně zastoupeny osoby s nejvyššími osobními příjmy.



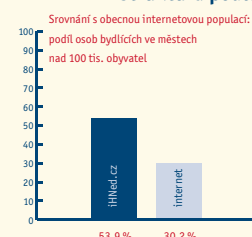
Struktura podle věku



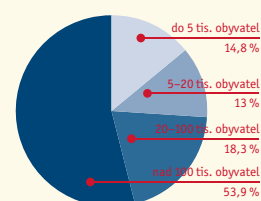
Na iHNed.cz je nadprůměrná koncentrace lidí ve věku 20 až 34 let a 13× menší podíl osob ve věku do 19 let.



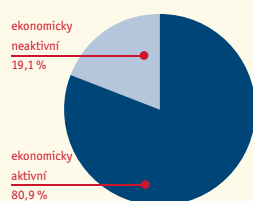
Struktura podle velikosti obce bydliště



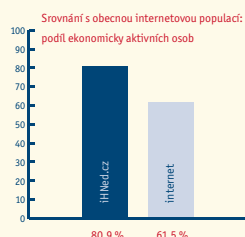
Na iHNed.cz jsou ve srovnání s obecnou internetovou populací nadprůměrně zastoupeny osoby bydlící ve městech nad 100 tisíc obyvatel.



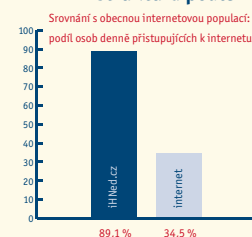
Struktura podle ekonomické aktivity



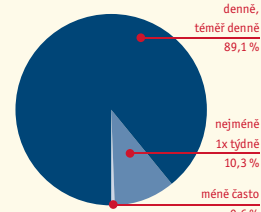
Na iHNed.cz je ve srovnání s obecnou internetovou populací nadprůměrný podíl ekonomicky aktivních osob.



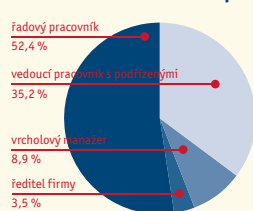
Struktura podle frekvence užívání internetu



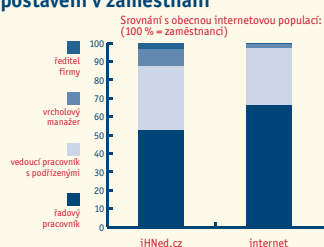
Na iHNed.cz je 2,5× větší podíl denních uživatelů internetu ve srovnání s jejich podílem v obecné internetové populaci.



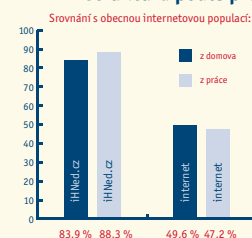
Struktura podle postavení v zaměstnání



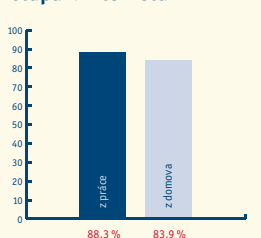
Na iHNed.cz jsou ve srovnání s obecnou internetovou populací nadprůměrně zastoupeni manažeři a ředitelé firem.



Struktura podle prostředí přístupu k internetu



U návštěvníků iHNed.cz je nadprůměrná penetrace přístupu k internetu jak z práce, tak z domova.



iHNed.cz (Zdroj: STEM/MARK, květen 2003), Obecná internetová populace (Zdroj: Media Projekt 1. 1. – 30. 6. 2003, GfK Praha, Median, SKMO)