



Регіональні ЗМІ в Україні: 2008—Чернівці

Звіт про дослідження
Відділ досліджень ринків послуг
ГФК Україна
Червень 2008

Контактна особа:
Інна Волосевич
Inna.Volosevych@gfk.com

GfK

Зміст

2

1. Методологія

2. Основні результати

3. Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні періодичні видання

Читання найпопулярніших газет протягом 6 останніх місяців

Частота читання найпопулярніших національних газет (2008 рік)

Найпопулярніші національні телевізійні канали

Перегляд найпопулярніших телевізійних каналів протягом 6 останніх місяців

Частота перегляду найпопулярнішого національного телебачення (2008 рік)

Найпопулярніше національне радіо

Слухання найпопулярнішого національного радіо протягом 6 останніх місяців

Частота слухання найпопулярнішого національного радіо (2008 рік)

4. Основні результати: регіональні періодичні видання

Читання регіональних періодичних видань

Знання та читання регіональних періодичних видань

Читання різних видань регіональної преси протягом 6 останніх місяців

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Задоволеність якістю регіональних періодичних видань: Чернівці та всі міста (2008 рік)

Місця купівлі регіональних періодичних видань

Час та місця читання регіональних періодичних видань

5. Основні результати: регіональні телевізійні канали

Перегляд регіональних телевізійних каналів

Знання та перегляд

Перегляд регіонального телебачення протягом останніх 6 місяців

Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм новин

Задоволеність інформаційними програмами регіональних телевізійних каналів: Чернівці та всі міста (2008 рік)

6. Основні результати: регіональні радіостанції

Слухання регіональних радіостанцій

Знання та слухання регіонального радіо

Слухання регіонального радіо протягом останніх 6 місяців

Задоволеність характеристиками програмами новин регіонального радіо

Задоволеність якістю програм новин регіонального радіо: Чернівці та всі міста (2008 рік)

Причини не слухання регіонального радіо

7. Тематика регіональних ЗМІ

8. Користування Інтернетом

9. Опис вибірки



Методологія

Методологія

- **Вибірка:** в кожній хвили по 4,450 * особистих інтерв'ю (по 350 у Донецьку, Києві, Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Запоріжжі, Львові; та 250 в Миколаєві, Сімферополі, Сумах, Житомирі, Рівному, Чернівцях, Тернополі, Павлограді).
- **Цільова аудиторія:** Доросле населення віком 18-55 років.
- **Похибка вибірки:** Для загальної вибірки максимально можлива (при частоті ознаки 50%) похибка становить **1,5%**. В містах з вибіркою по 350, максимально можлива (при частоті ознаки 50%) похибка - **5,2%**, а в містах з величиною вибірки 250 похибка може сягати **6,2%**.
- **Побудова вибірки:** Використовувалася багатостадійна вибірка, стратифікована за розміром міста та адміністративним районом та кластеризована на етапі відбору поштових відділень.
- **Тривалість польових робіт:** 2 червня — 10 липня 2006 року, 12 травня — 20 червня 2007 року та 1 травня – 15 травня 2008 року.
- **Аналіз:** Задля інтерпретації результатів дослідження для всіх міст, які увійшли в дослідження, дані зважувались по віку та статі відповідно до пропорційного розподілу населення між 15 містами. Для кожного окремого міста дані було зважено по віку та статі відповідно до кількості населення. Мінімальна кількість респондентів в аналізованій групі у звіті становить не менше 50, оскільки при аналізі меншої групи похибка вибірки суттєво зростає і отримані результати були б не надійними. Тому деякі дані (наприклад, причини не читання регіональних періодичних видань) можуть бути не представлені по кожному місту.
- **Інтерпретація:** Оскільки опитування охоплює лише 15 міст, його результати не є репрезентативними для всієї України і можуть розповсюджуватися лише на цих 15 міст.
- Газети, телевізійні канали та радіо вважаються регіональними, якщо вони поширені не більше ніж в 5-ти обласних центрах.
- Люди, які читали/дивилися/слухали ЗМІ протягом останніх 6 місяців, надалі називатимуться Читачі, Глядачі або Слухачі відповідно.
- Статистично значимі (з ймовірністю 90%) зміни між групами респондентів позначені кружечками і стрілочками (червоний колір – зростання, чорний – зменшення).

**Дані наведені без зважування*



Основні результати

ЗМІ в Чернівцях: основні результати

Читання/перегляд/слухання ЗМІ в 2008

- У Чернівцях порівняно з 2007 роком **найбільшою зміною в споживанні медіа продукції є 26% зменшення кількості читачів національної періодики з 59% до 33%**. Зміна може бути спричинена в основному зменшенням кількості читачів газети "Факты и комментарии" (на 18% менше в 2008).
- **Кількість читачів регіональної преси та кількості слухачів місцевого радіо зменшилися відповідно на 15% та 17%.**

6

Рівень задоволеності регіональними ЗМІ в 2008

- **Загальний рівень задоволеності якістю всіх регіональних ЗМІ значимо не змінився.**
- Але рівень задоволення деякими характеристиками зменшився – *Оперативність подання інформації, Вичерпність, Об'єктивність та достовірність та ін.*

Цікаві теми, які висвітлюються регіональними ЗМІ в 2008 році

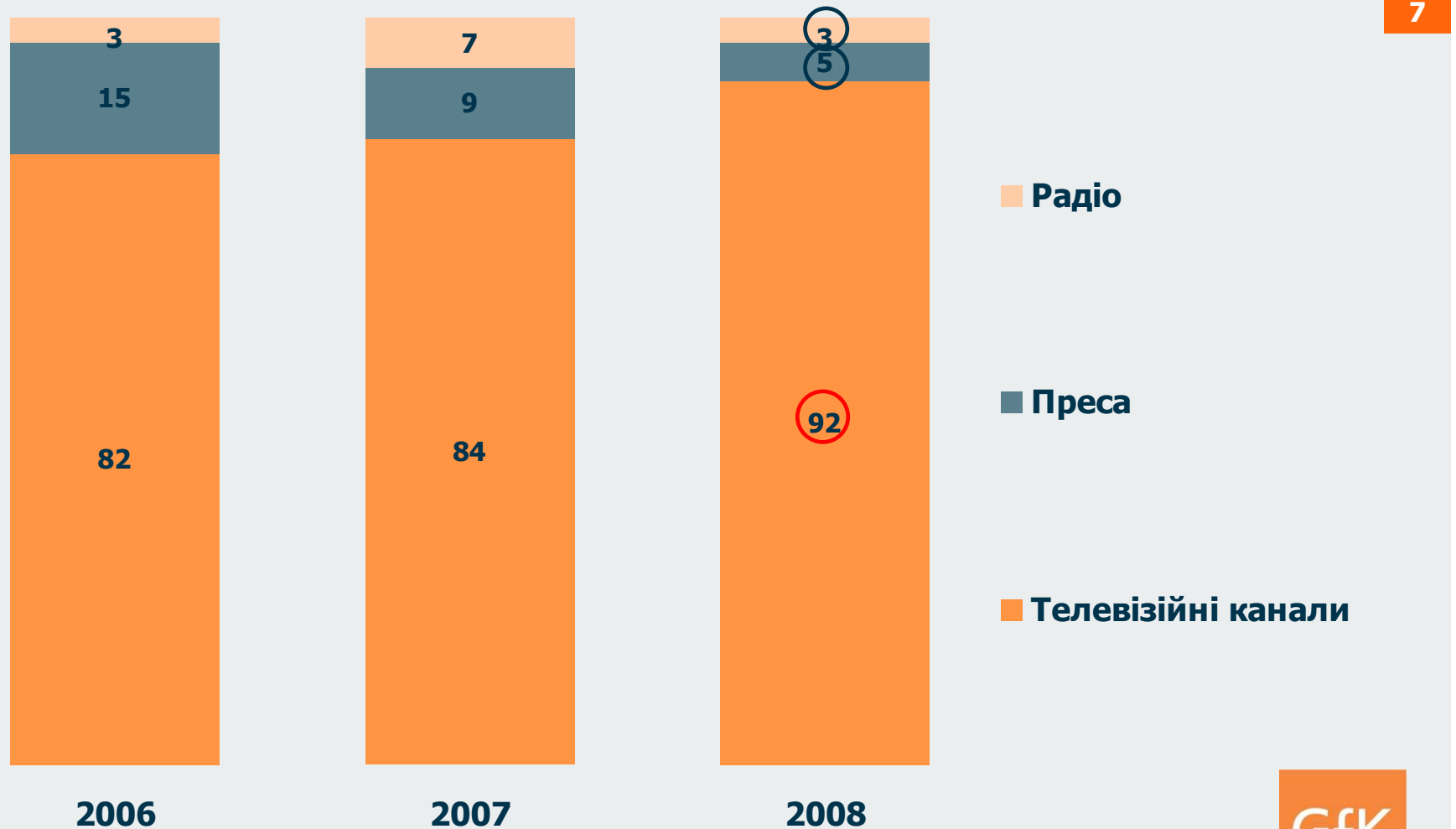
- Оцінка цікавих тем засвідчила, що існує брак інформації у темах **Сім'я/Діти** та **Освіта**.
- Інформації на теми **Економічна та Політична ситуації в Чернівцях та Україні** є досить і ці теми цікаві.
- У 2008 році нові теми, по яких недостатньо інформації, стали цікавими для медіа споживачів. До них належать **Банки/Страховання, Церква/релігія, Екологія/Проблеми довкілля, Дім, інтер'єр, будівництво, ремонт, Наука та техніка.**

Преференції щодо інформаційних джерел в 2008

- У 2008 році кількість людей в Чернівцях, які б хотіли отримувати інформацію з радіо і преси, зменшилася (на 4% для кожного) за рахунок збільшення тих, хто б хотів отримувати інформацію з телебачення (84% в 2007 і 92% в 2008).

З якого типу ЗМІ ви бажаєте отримувати цікаву для вас інформацію?

% до всіх респондентів N=250





Національні ЗМІ

Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні видання

- Порівняно з 2007 в 2008 році рівень читання національних періодичних видань в Чернівцях зменшився на 26% (59% в 2007 році і 33% в 2008 році). Зміни спричинені зменшенням читачів газет "Факты и комментарии" (-18%), "Комсомольская правда в Украине" (-5%), "Сегодня" (-9%), "Киевские ведомости" (-6%), "Команда" (-5%), "Украинский футбол" (-6%), "Молодь України" (-6%), "День" (-5%) і "Сільські вісті" (-4%).
- У 2008 році жодне видання не здобуло більше читачів, ніж у 2007.
- У Чернівцях на 24% менше читачів національної преси порівняно з загальним рівнем читання національної преси в усіх містах.
- Мешканці кожного міста мають "улюблене" національне видання, яке в даному місті має більше читачів, ніж в усіх містах. В Чернівцях такого видання в 2008 році немає. Більшість видань в Чернівцях менш популярні, окрім газет "Факты и комментарии", "День", "Урядовий кур'єр", "Голос України" та "Робітничая газета", рівень популярності яких значно не відрізняється в Чернівцях порівняно з усіма містами.

Найпопулярніші національні телевізійні канали

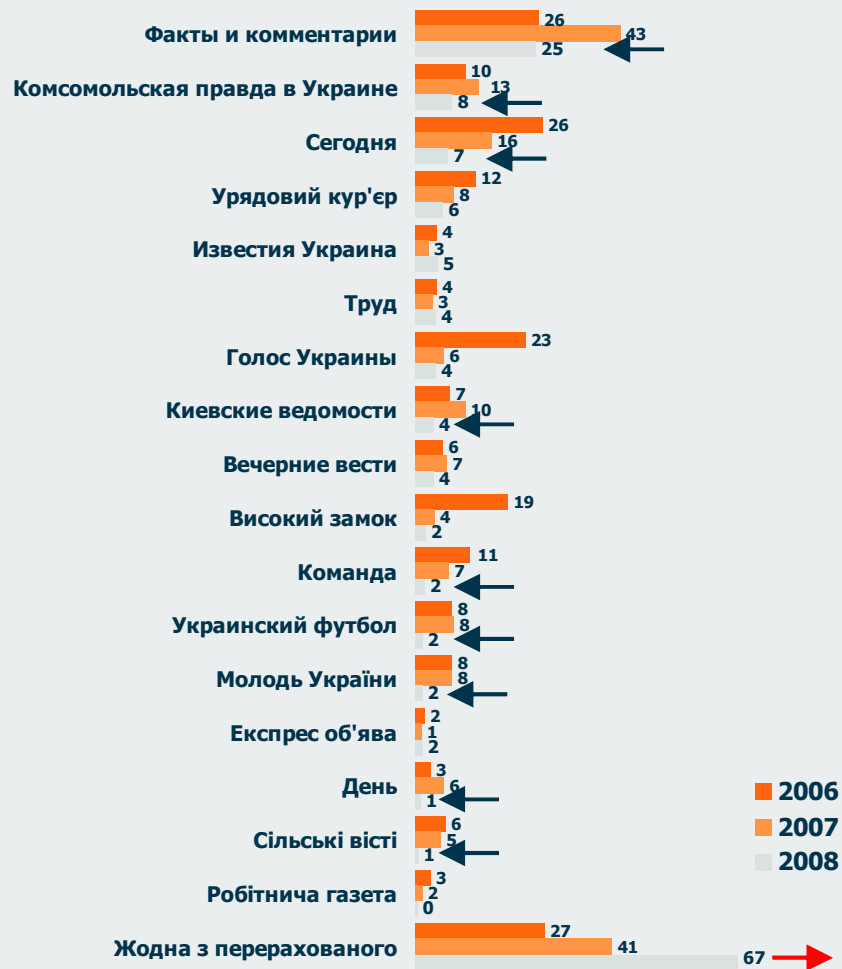
- Порівняно з 2007 у 2008 році рівень перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів не змінився. В Чернівцях лідерами серед національних телеканалів є "Інтер", "1+1" (обоє з 94% глядачів), "Новий" (89%) і "СТБ" (80%).
- Найбільше зростання глядацького рівня має "Новий" на 11% з 78% до 89%. "Інтер", "СТБ", "ICTV" та "ТРК Україна" покращили свою популярність і тільки "УТ-1" погіршило на 15% (з 62% в 2007 до 47% в 2008).
- У Чернівцях телеканали "Новий" і "5канал" є популярнішими відповідно на 9% та 8% порівняно з усіма містами.
- Найчастіше дивляться "1+1". Близько 71% респондентів дивляться цей телеканал щодня або майже щодня. Найрідше дивляться "УТ-1" (33% щоденних глядачів).

Найпопулярніші національні радіостанції

- У 2008 році кількість слухачів найбільш популярних національних радіостанцій значущо не змінилась (64% в 2007 і 61% в 2008 році).
- "Радіо Люкс FM" (30% аудиторії в 2008 році) залишається найпопулярнішою радіостанцією з-поміж інших місцевих радіостанцій, хоча кількість її слухачів зменшилась на 11% в 2008 році. "Наше Радіо" значно зменшило свою популярність і впало з 2 місця на 4. Другу і третю позицію займають "Перший канал національного радіо" (26%) та "Авторадіо України (Довіра Ніко FM)" (17%), рівень слухання яких зріс на 10% та на 13% відповідно.
- "Радіо Промінь" (на 16% більше слухачів) і "Гала Радіо" (на 4% більше) покращили свою популярність, а таких станцій як "Європа Плюс", "Радіо 5" і "Радіо Свобода" зменшилась кількість слухачів у 2008 році.
- Загальний рівень слухання регіональних радіостанцій в Чернівцях на 13% нижче, ніж в усіх містах. Найбільша різниця в рівні слухання стосується "Хіт FM" (-21%), "Русского радио", "Європа Плюс" і "Радіо Шансон", які мають приблизно на 18% менше слухачів, ніж у всіх містах. "Радіо Мелодія" має на 19% менше слухачів, "Кісс FM" та "Наше радіо" мають на 15% менше слухачів кожне і "Радіо Свобода" має на 4% менше слухачів.
- Тільки дві радіостанції більш популярні в Чернівцях, ніж у всіх містах. Це "Радіо Люкс FM" (на 10% більше слухачів) та "Перший канал національного радіо" (на 18% більше), останнє також слухають найчастіше – 69% слухачів, які слухають кожного чи майже кожного дня.

Читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ВИДАНЬ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів N (в кожній хвили)=250

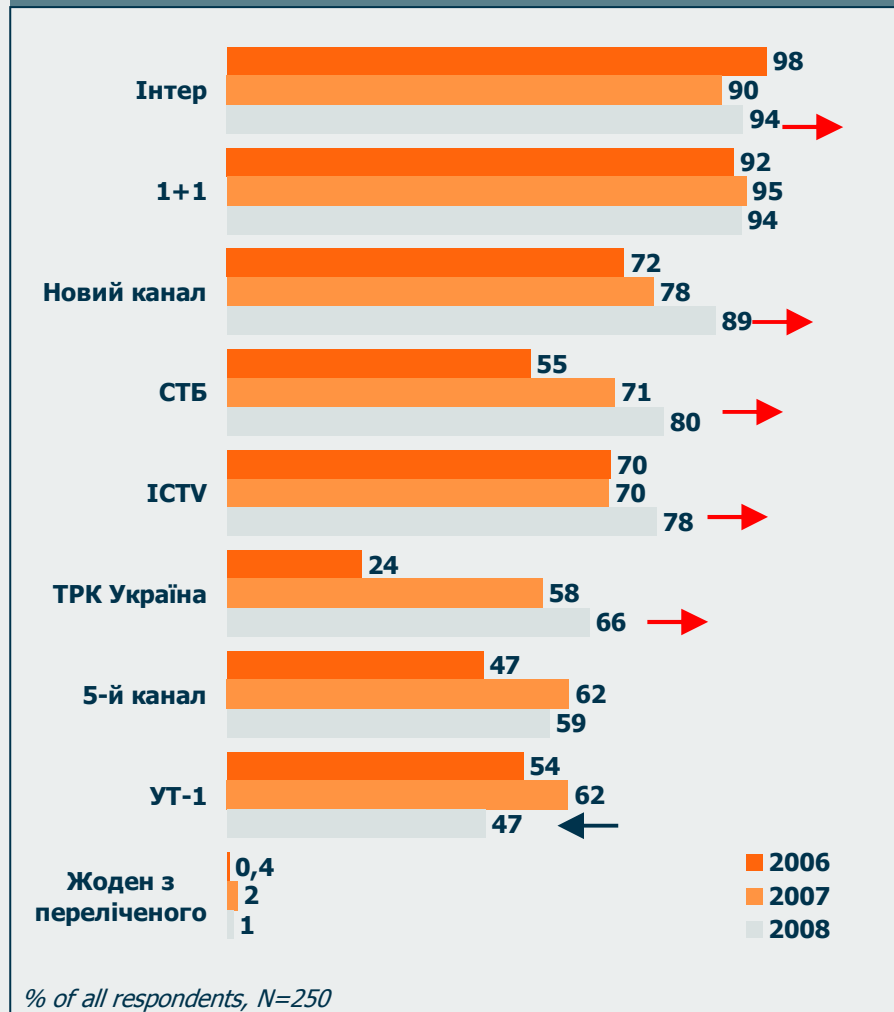
ЧИТАННЯ В ЧЕРНІВЦЯХ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008)



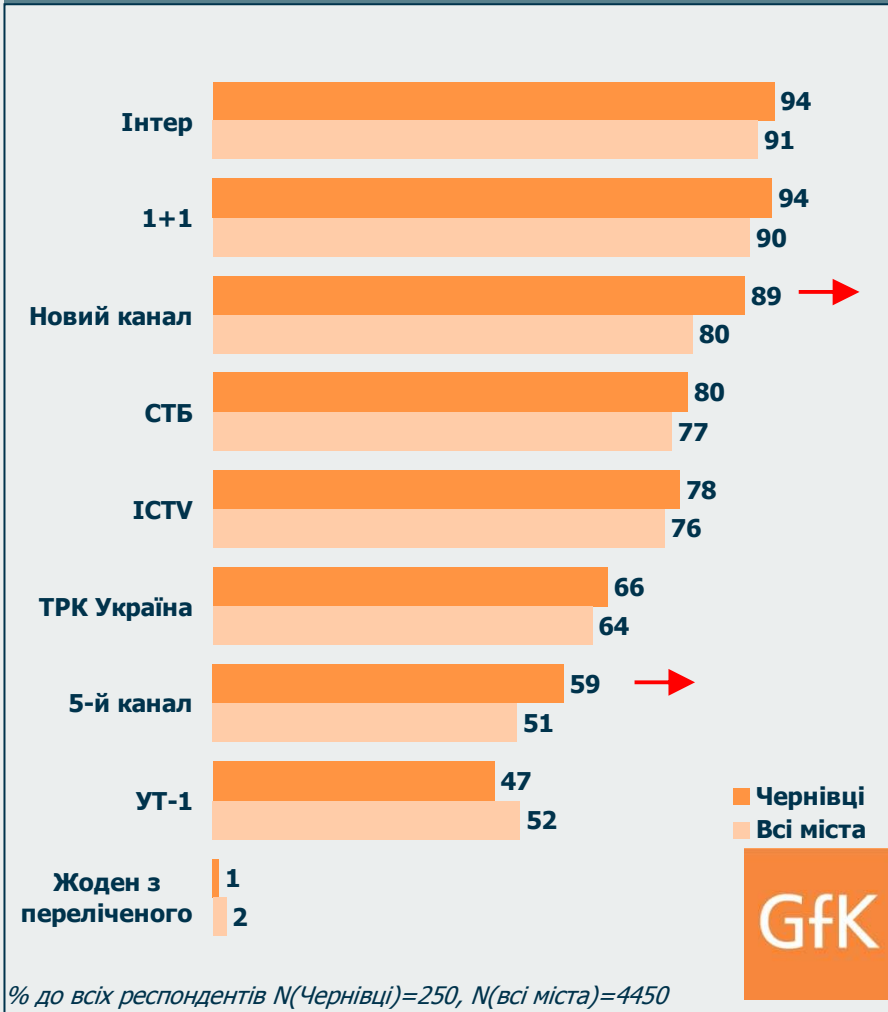
% до всіх респондентів N (Чернівці)=250, N (всі міста)=4450

Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ТЕЛЕКАНАЛІВ В В 2007-2008 РОКАХ



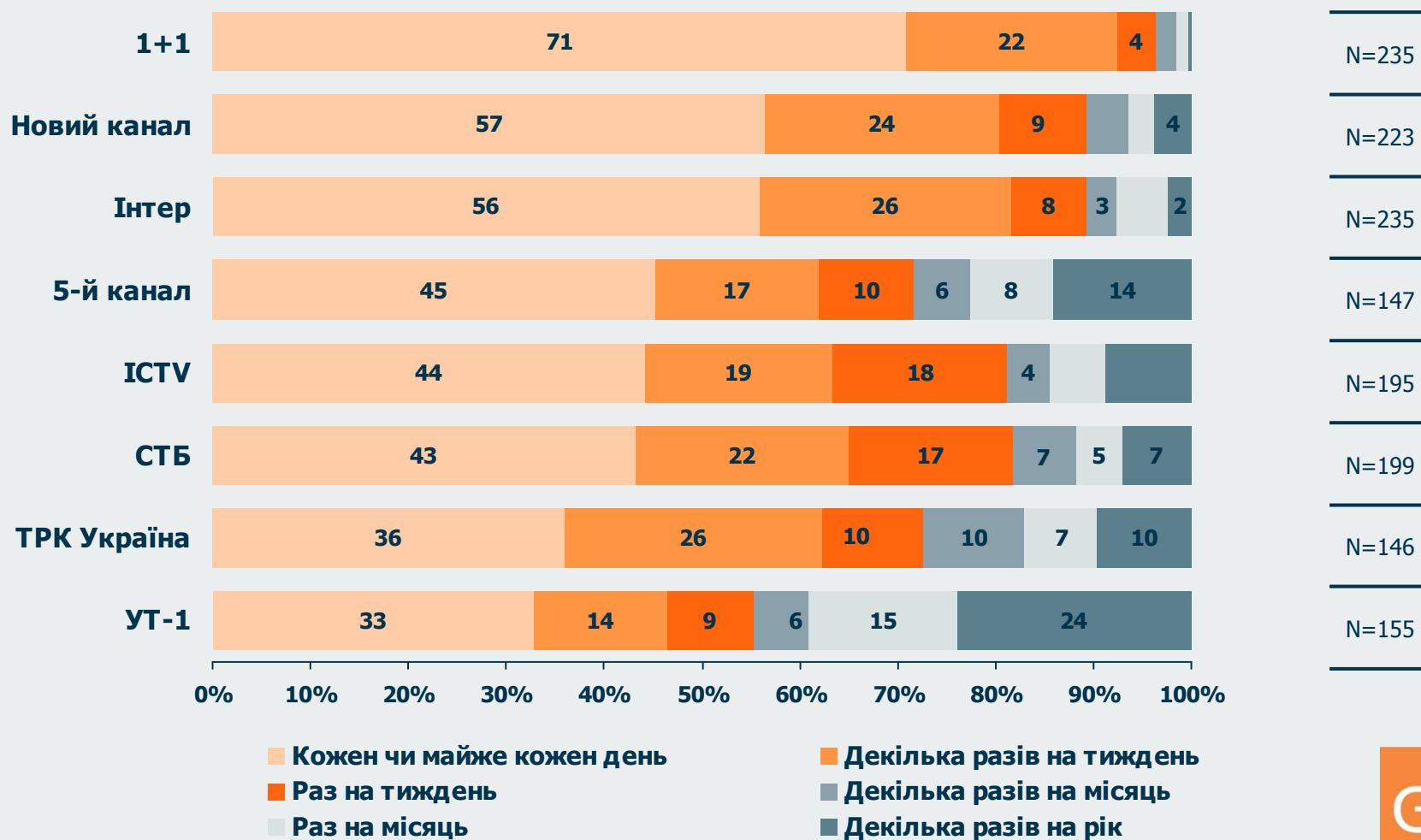
ПЕРЕГЛЯД В ЧЕРНІВЦЯХ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008)



Частота перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців(2008)

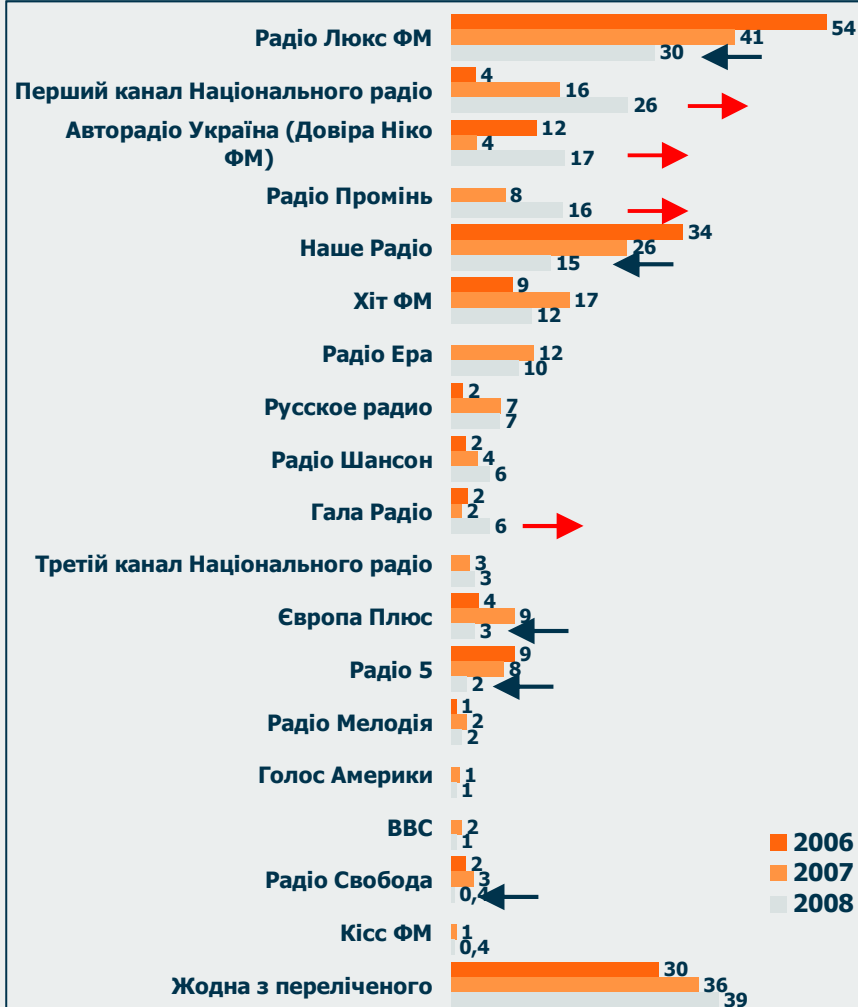
% до глядачів кожного національного каналу

12



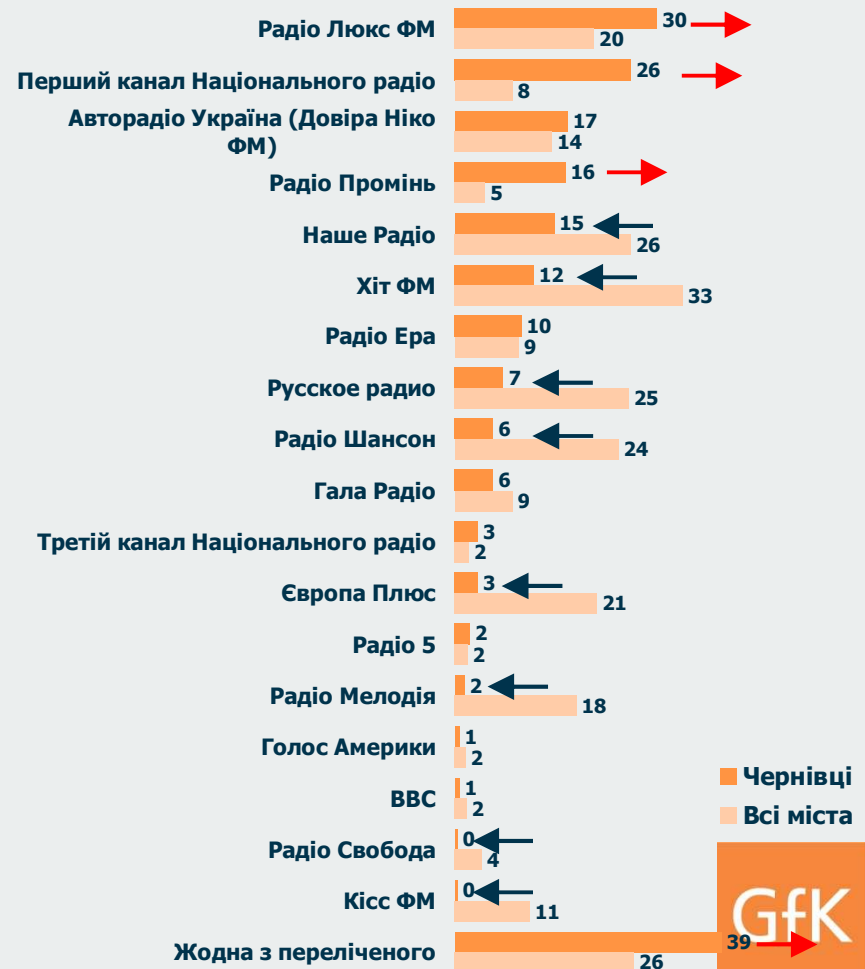
Слухання найпопулярніших національних радіостанцій протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА РАДІОСТАНЦІЙ В 2007-2008 РОКАХ



% of all respondents, N=250

СЛУХАННЯ В ЧЕРНІВЦЯХ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008)

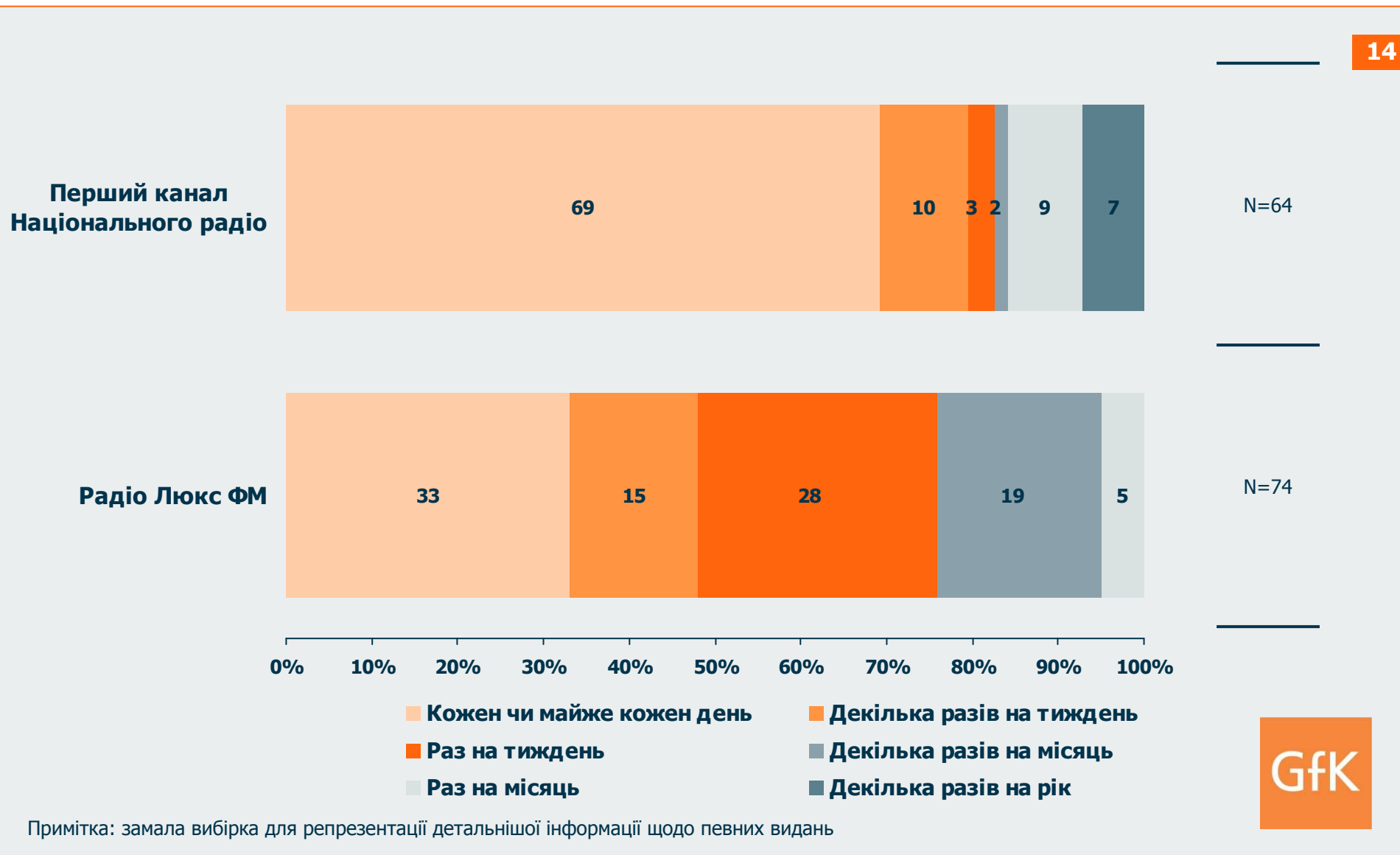


% до всіх респондентів N(Чернівці)=250, N(всі міста)=4450

GfK

Частота слухання найпопулярніших національних радіостанцій (2008)

% до слухачів кожної національної радіостанції



4

Основні результати: регіональні періодичні видання

Регіональні періодичні видання

Читання регіональних періодичних видань

- Порівняно з 2007 в 2008 роком рівень читання регіональних періодичних видань в Чернівцях значимо зменшився (з 84% в 2007 до 69% в 2008).
- Найпопулярнішими регіональними виданнями залишились "Молодий буковинець" (53%). У "Від і до" зменшилася популярність з 52% в 2007 до 30% в 2008. Єдине зростання стосується "Місто інфо" (з 12% до 18%), яке займає третє місце. "Чернівці місто плюс" посідає лише четверте місце через зменшення аудиторії на 10% (з 24% до 14% в 2008).
- 9 з 14 чернівецьких видань втратили свою популярність в 2008 році.
- Серед читачів 11% читають через випуск, а четверть читачів - кожен чи майже кожен випуск газети і 63% читають місцеві видання зрідка.

16

Задоволеність регіональною пресою

- Порівняно з 2007 в 2008 році рівень задоволеності чернівецькою регіональною пресою не змінився загалом. Медіа споживачі менше задоволені *Наявністю у продажу та Оперативністю інформації*, а більше задоволені *Оформленням видань та Стилем подання інформації*.
- **Головними перевагами** чернівецької місцевої періодики є *Оформлення видань, Вичерпність наданої інформації, Ціна і Наявність в продажу*.
- До **другорядних переваг** належать *Важливість інформації особисто для вас, Стиль подачі інформації, Об'єктивність та достовірність інформації і Оперативність подачі інформації*.

Місця придбання регіональної преси

- Місця, де люди купують пресу найчастіше, залишаються незмінними – це газетні кіоски (53% в 2008). Проте кількість людей, які купують періодику в газетних кіосках, зменшилася з 69% до 53%.
- Кількість передплатників, читачів, що купують газети в супермаркетах і магазинах та на розкладках і з рук, збільшилось приблизно на 6% для кожного.

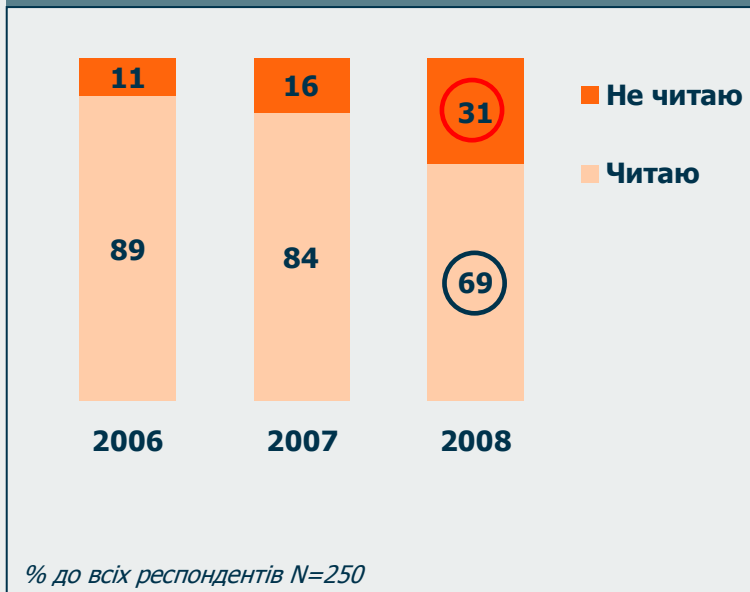
Час і місце читання регіональних періодичних видань

- У 2008 році на 8% більше респондентів читають регіональну пресу в робочі дні (з 16% в 2007 проти 24% в 2008).
- На 27% менше читають періодику ввечері (71% в 2007 проти 44% в 2008) за рахунок збільшення частки тих, хто читає вдень з 24% до 52% в 2008. Переважна більшість впродовж усіх років дослідження читає пресу вдома (79%).

Читання регіональних періодичних видань

17

ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ



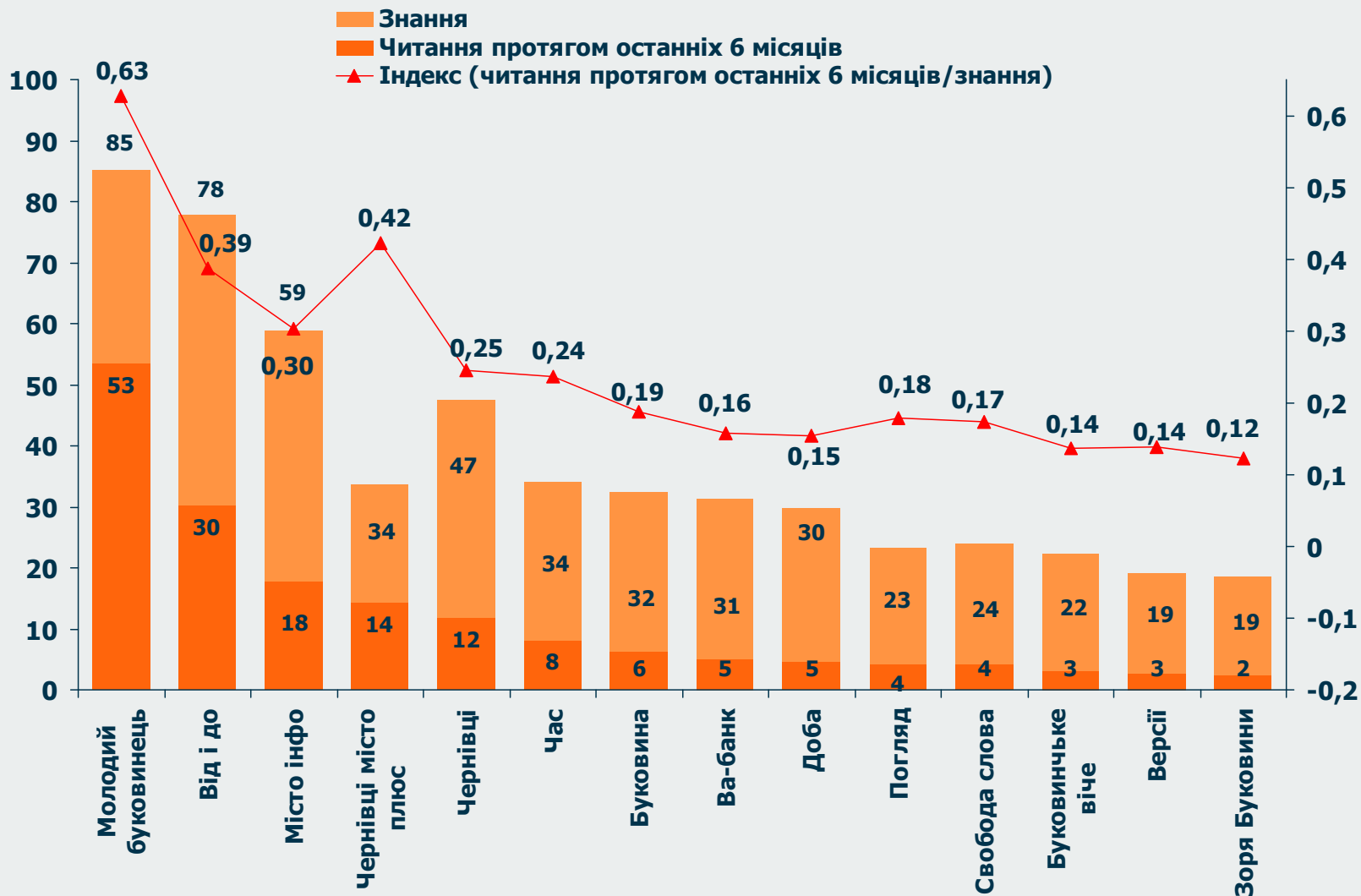
ЧАСТОТА ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (2008)



Знання та читання регіональної періодичної преси(2008)

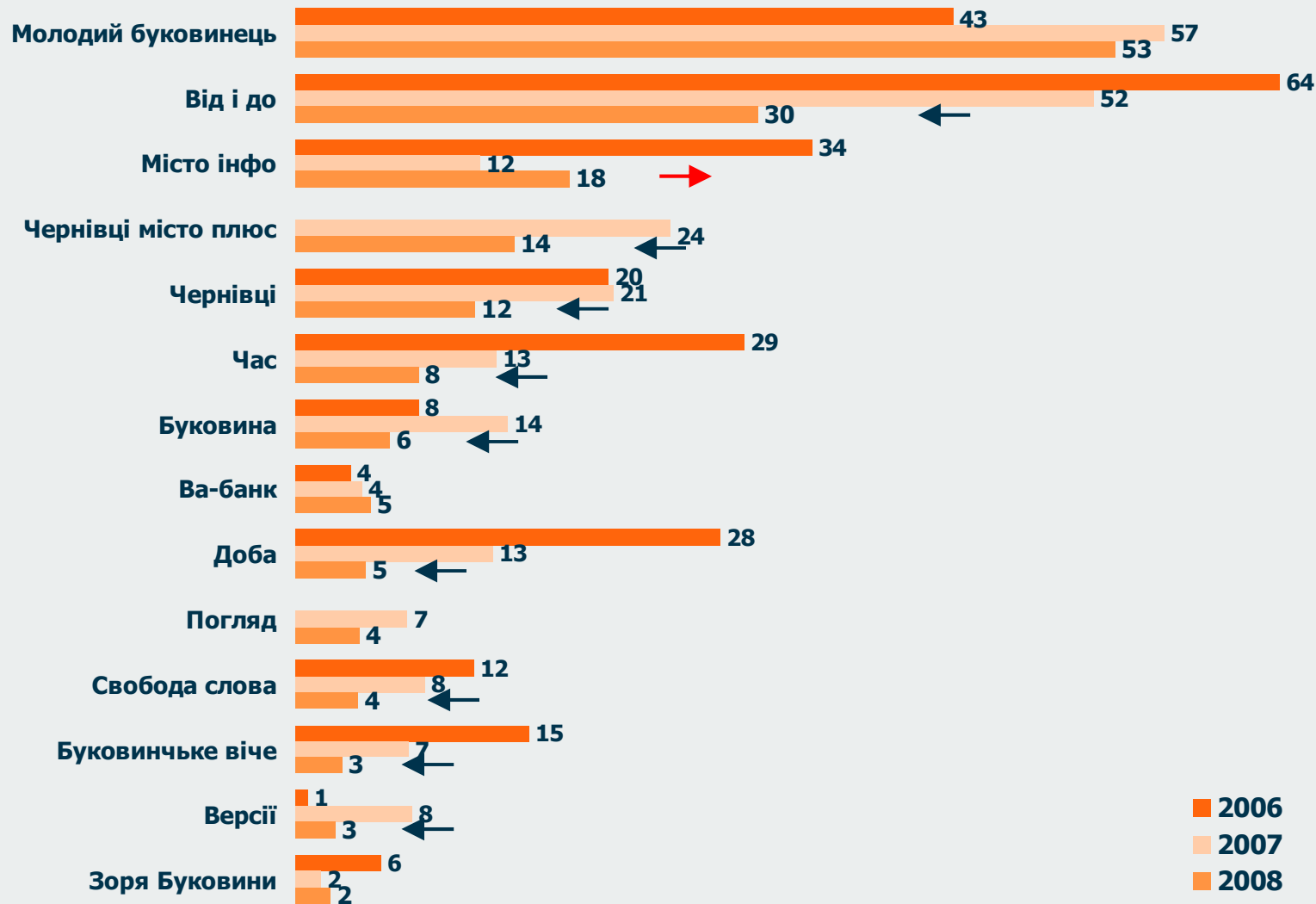
% до всіх респондентів, N=250

18



Читання регіональної преси протягом останніх 6 місяців

% до респондентів, які читали регіональні періодичні видання протягом 6 останніх місяців, N=173



19

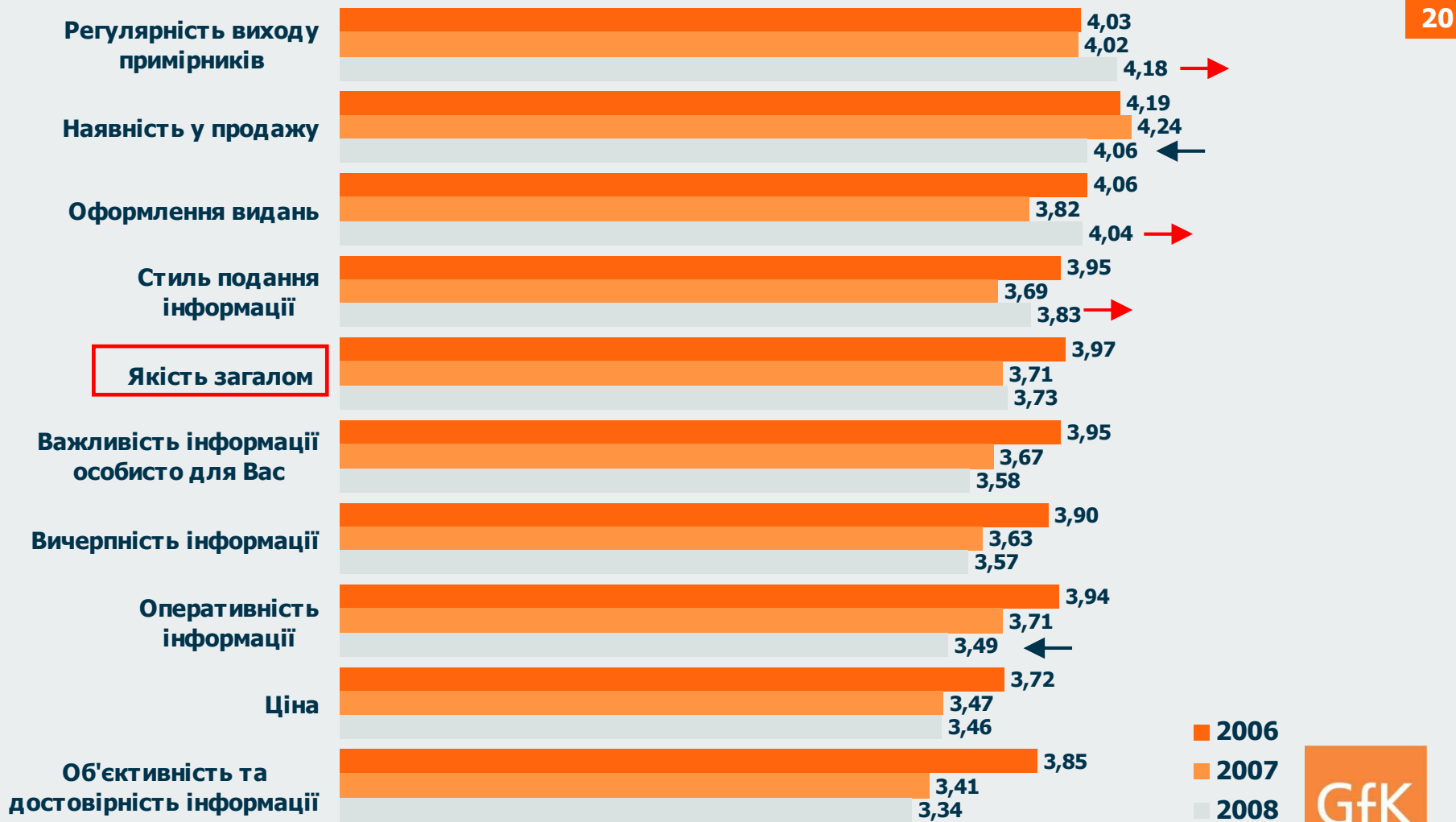
■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



Задоволеність якістю регіональних періодичних видань: Чернівці та всі міста (2008)

Негативна різниця означає, що в Чернівцях люди менше задоволені відповідними характеристиками, ніж у всіх містах

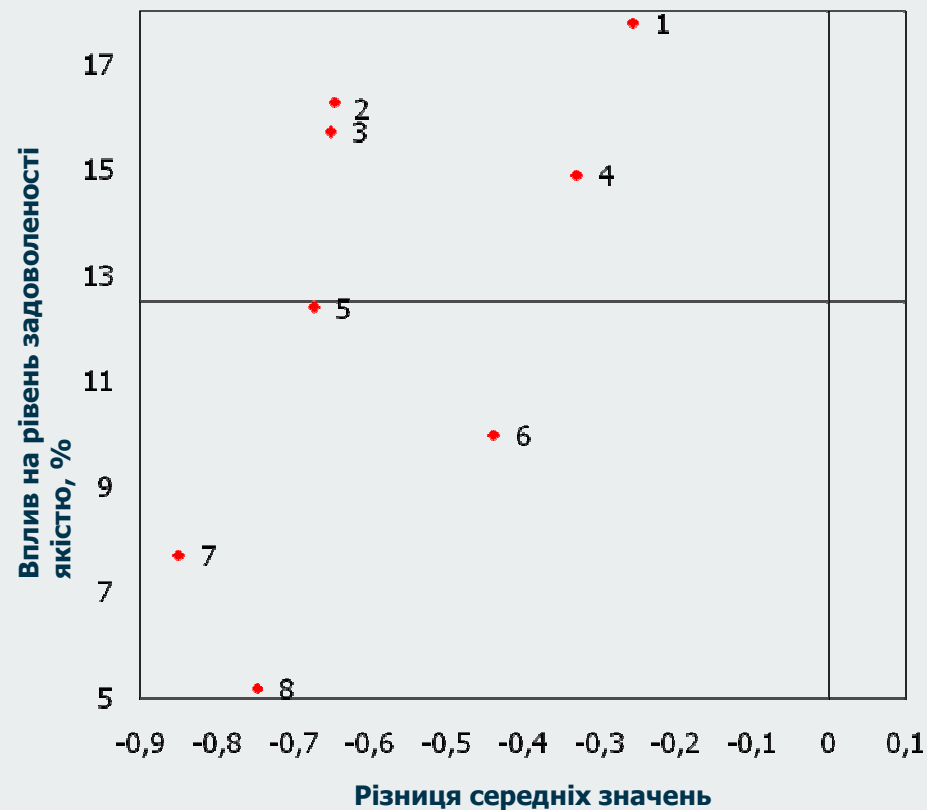
21

Основні недоліки

- 1 - Регулярність виходу примірників
- 2 - Вичерпність інформації
- 3 - Ціна
- 4 - Наявність у продажу

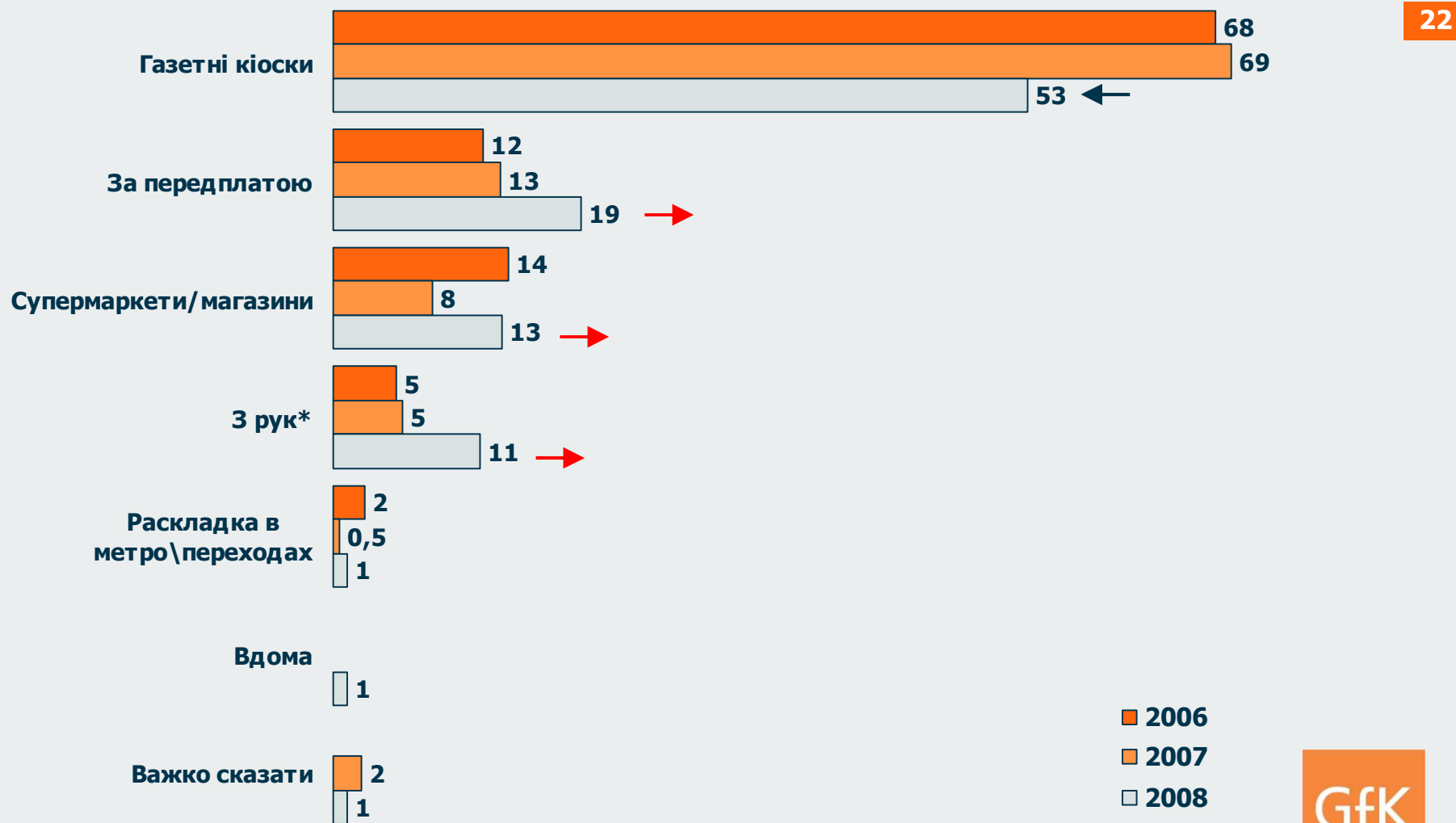
Другорядні недоліки

- 5 - Важливість інформації особисто для Вас
- 6 - Стиль подання інформації
- 7 - Об'єктивність та достовірність інформації
- 8 - Оперативність інформації



Де зазвичай Ви купуєте регіональні періодичні видання?

% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=173

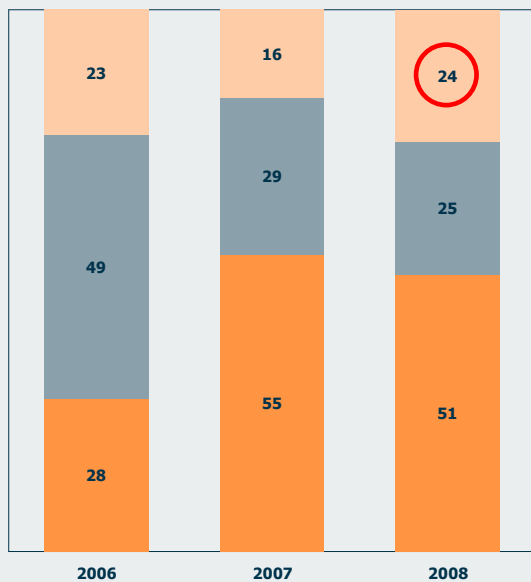


*Включаючи змінні "Розкладки в переходах та коридорах метро" та "Безпосередньо з у вуличних торговців та торговців метро"

Час і місця читання регіональних періодичних видань

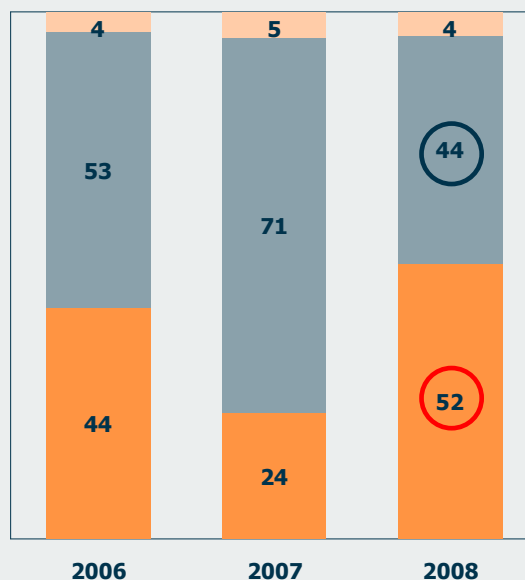
% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=173

КОЛИ ВИ НАЙЧАСТІШЕ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



■ В будні
■ На вихідних
■ Однаково часто і в будні, і на вихідних

В ЯКИЙ ПЕРІОД ДНЯ ВИ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



■ Вдень
■ Ввечері
■ Вранці

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ ЧИТАЄТЕ
РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



■ Вдома
■ На роботі
■ В транспорті



Основні результати: Регіональні телевізійні канали

Регіональні телевізійні канали

Перегляд регіональних телевізійних каналів

25

- Порівняно з 2007 в 2008 році відсоток глядачів регіональних телевізійних каналів значущо не змінився (85% в 2007 і 86% в 2008).
- 16% глядачів переглядають регіональні телеканали щодня або майже щодня і 14% - декілька разів на тиждень.

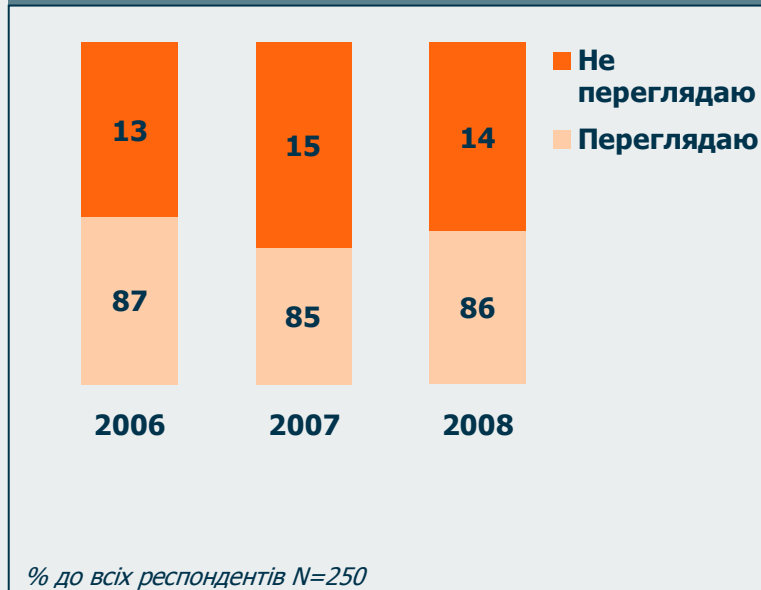
Задоволеність інформаційними програмами регіональних телеканалів

- У 2008 році значно зріс рівень задоволеності *Технічною доступністю та Оформленням програм* регіональних телевізійних каналів. Однак задоволеність якістю загалом не зазнала змін.
- Порівняно з 2007 в 2008 році глядачі менше задоволені *Стилем подання інформації, Вичерпністю інформації, Оперативністю подання інформації та Важливістю інформації особисто для глядачів.*
- Порівняно з усіма містами чернівецькі регіональні телеканали мають такі **головні недоліки**: *Технічна доступність, Важливість інформації особисто для глядачів, Оформлення програм.*
- **Другорядними недоліками** залишаються *Стиль подання інформації, Вичерпність інформації, Оперативність подання інформації, Час трансляції програм та Об'єктивність і достовірність інформації.*

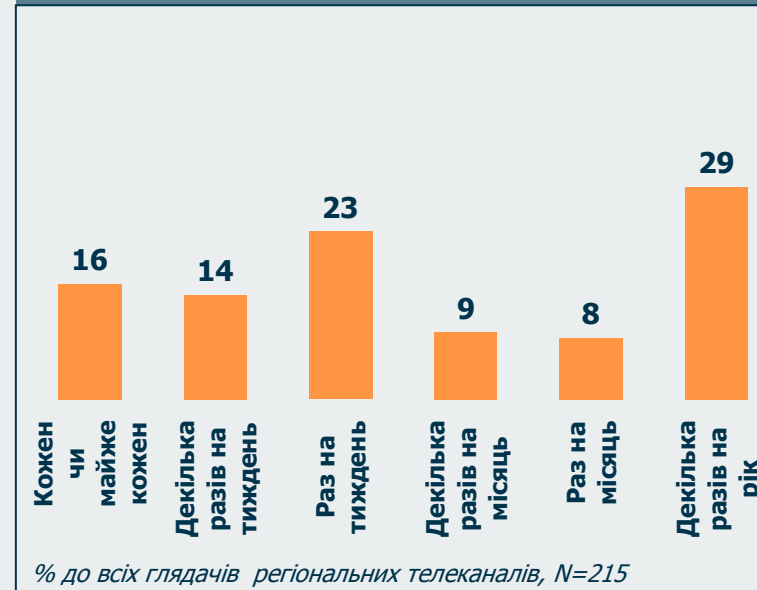
Перегляд регіонального телебачення

26

ПЕРЕГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

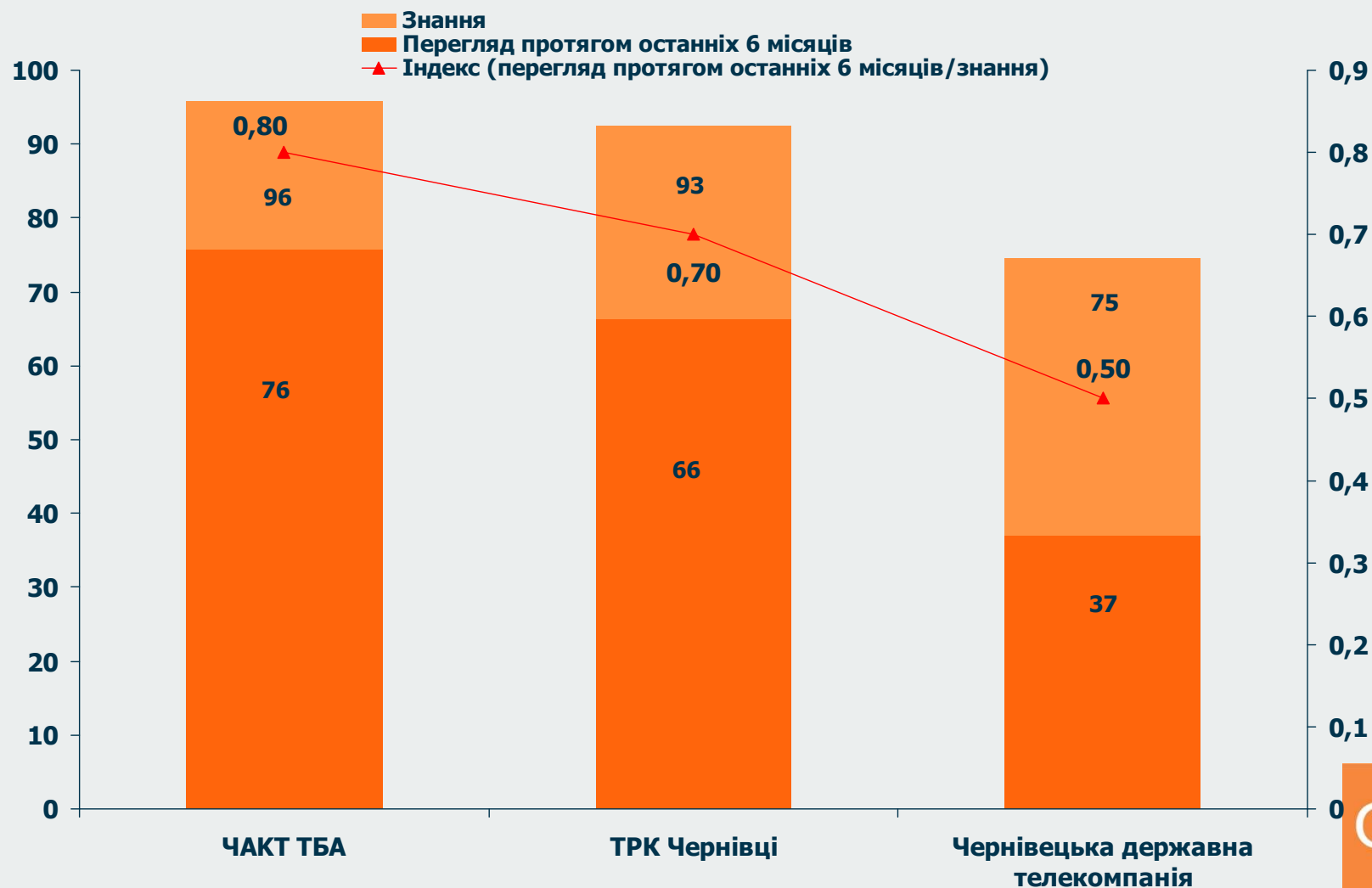


ЧАСТОТА ПЕРЕГЛЯДУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ (2008)



Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів (2008 рік)

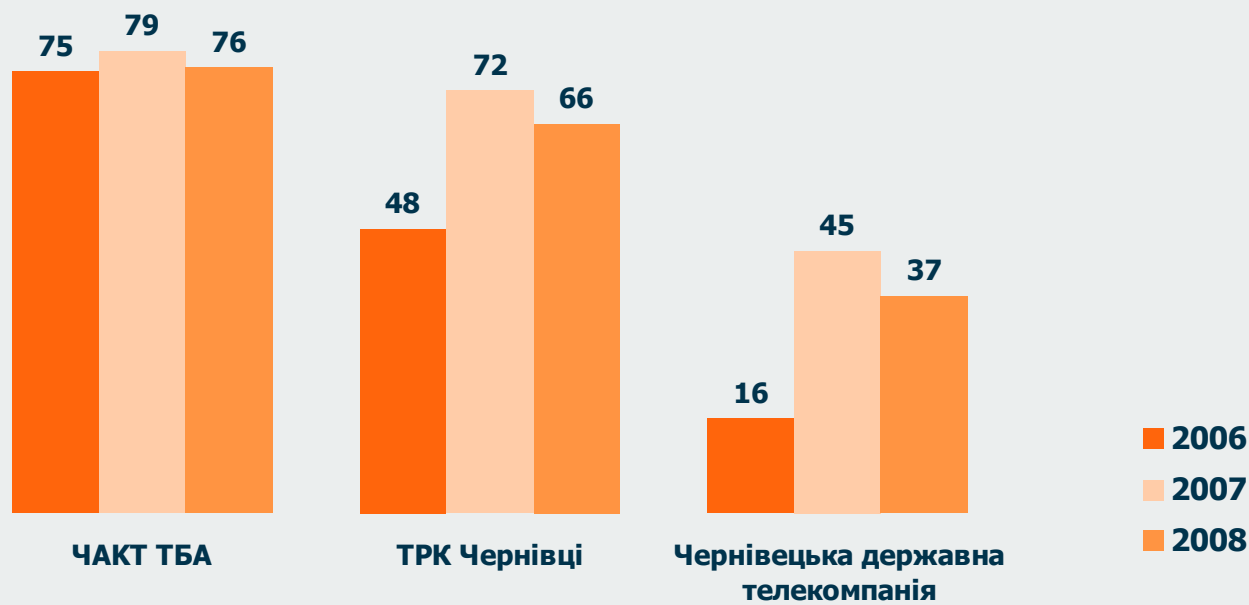
% до всіх респондентів, N=250



Перегляд регіональних телевізійних каналів впродовж останніх 6 місяців

% до всіх глядачів регіональних телеканалів, N=215

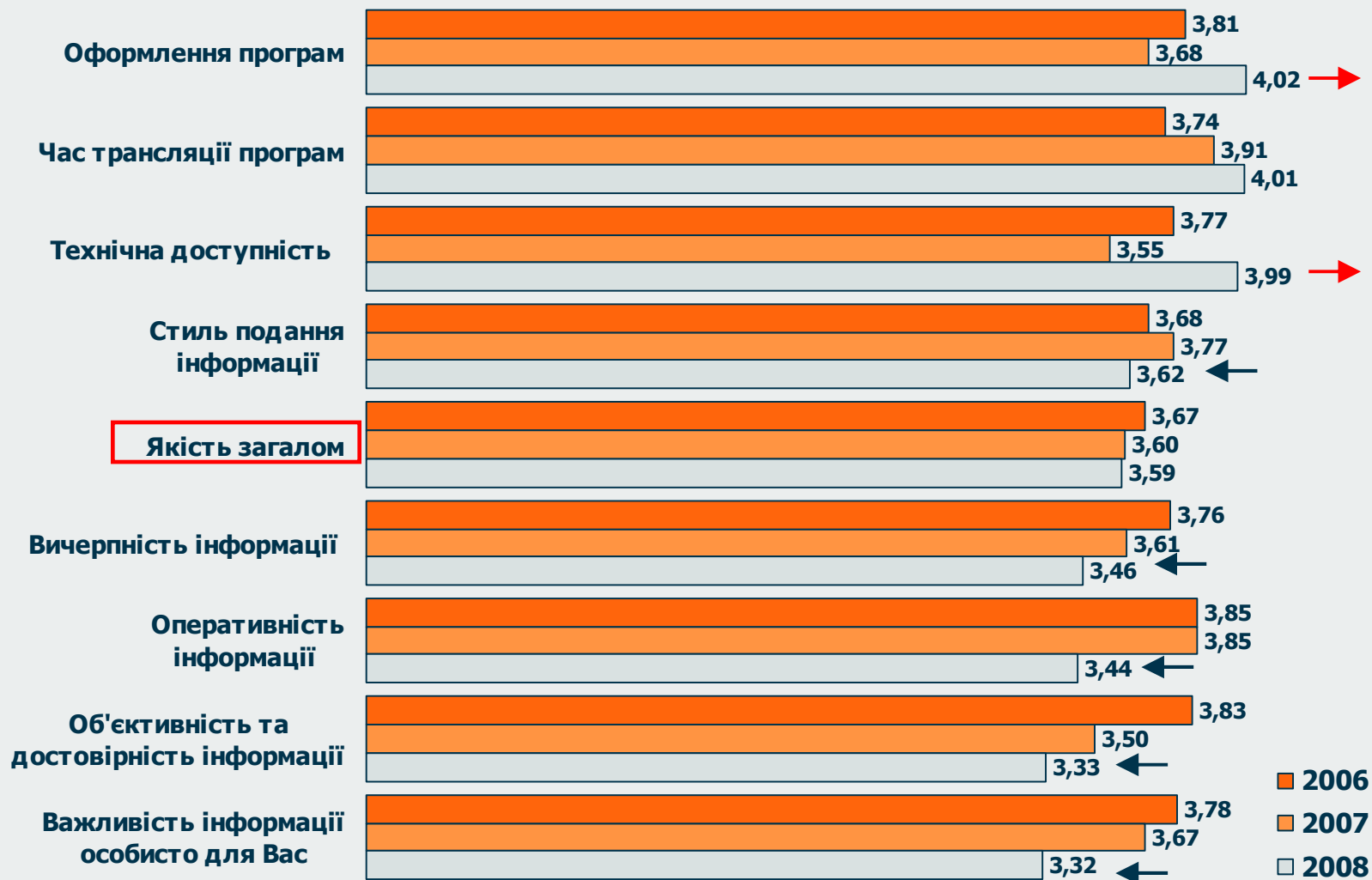
28



Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



29

■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

Задоволеність якістю регіональних телевізійних програм: Чернівці та всі міста (2008)

Негативна різниця означає, що в Чернівцях люди менше задоволені відповідними характеристиками, ніж у всіх містах

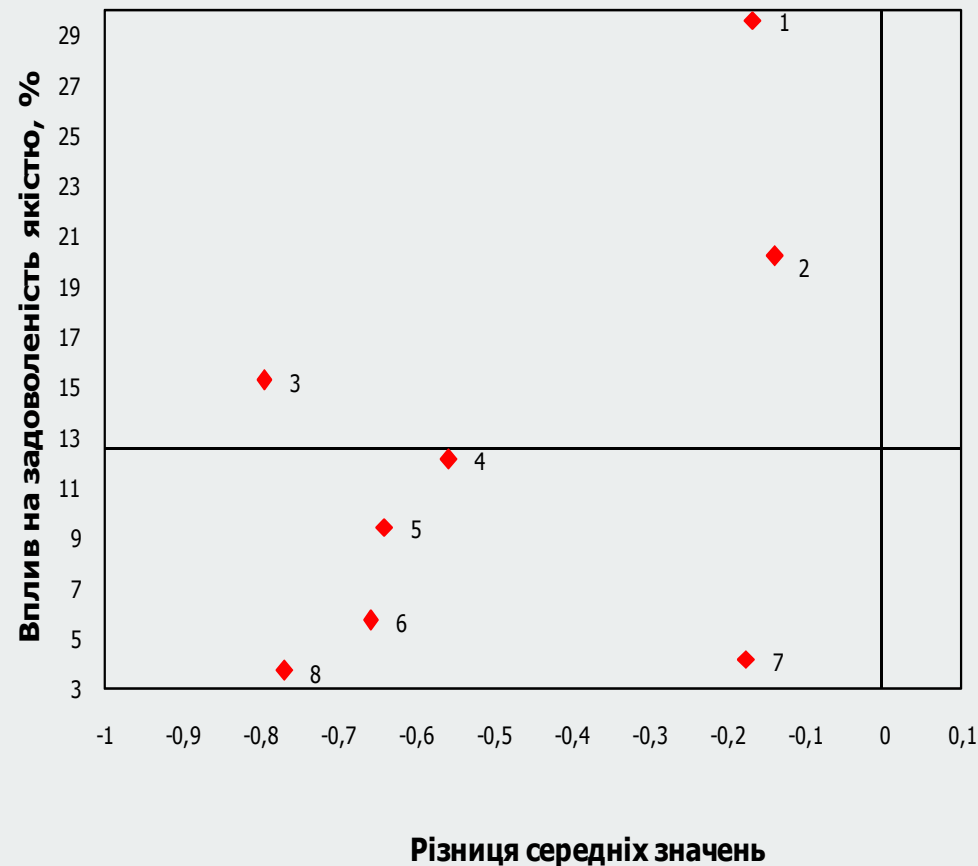
30

Основні недоліки

- 1 – Технічна доступність
- 2 – Оформлення програм
- 3 – Важливість інформації особисто для Вас

Другорядні недоліки

- 4 – Стиль подання інформації
- 5 – Вичерпність інформації
- 6 – Оперативність інформації
- 7 – Час трансляції програм
- 8 – Об'єктивність та достовірність інформації



6 Основні результати: регіональні радіостанції

Регіональні радіостанції

Прослуховування регіональних радіостанцій

32

- Список регіональних радіостанцій змінювався кожного року, тому що мережа трансляцій деяких станцій стала покривати більше, ніж 5 міст. Відповідно до нашого визначення, регіональними є радіостанції, які транслюються на не більше ніж 5 міст, тому ми уніфікували список станцій в 2006, 2007 та 2008 роках.
- Порівняно з 2007 в 2008 році кількість слухачів регіональних радіо в Чернівцях зменшилась на 17% (60% в 2007 і 43% в 2008) через зменшення аудиторії двох найпопулярніших радіостанцій – “Блиск ФМ” (на 14% менше слухачів) та “City-Radio” (на 21% менше).
- 18% слухачів слухають регіональні радіостанції кожен або майже кожен день і 21% слухають їх декілька разів на тиждень.

Задоволеність інформаційними програмами регіональних радіостанцій

- Задоволеність більшістю характеристик інформаційних програм на регіональних радіостанціях залишається на тому ж рівні, що в 2007 році. Найвищий рівень задоволеності отримала характеристика *Оформлення матеріалу і Регулярність трансляцій програм*, а найнижчий рівень задоволеності має *Вичерпність інформації*.
- **Основними недоліками** чернівецьких регіональних інформаційних радіопрограм є *Оформлення матеріалу*, *Вичерпність інформації* та *Стиль подання інформації*.
- **Другорядними недоліками** є *Оперативність подання інформації*, *Об'єктивність та достовірність інформації*, *Своєчасність інформації*, *Актуальність подання інформації* та *Регулярність трансляцій*.

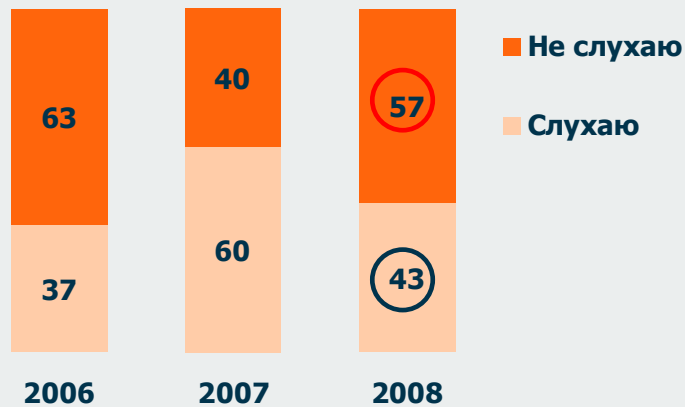
Причини неслухання регіональних радіостанцій

- У 2008 році основною причиною неслухання регіональних радіостанцій було названо неслухання радіо взагалі (51%). А через нестачу цікавої інформації радіо не слухають 28% респондентів. Набагато більше слухачів у 2008 зіткнулися з проблемою технічної якості трансляції регіональних радіостанцій (24% в 2008 супроти 12% в 2007).

Слухання регіональних радіостанцій

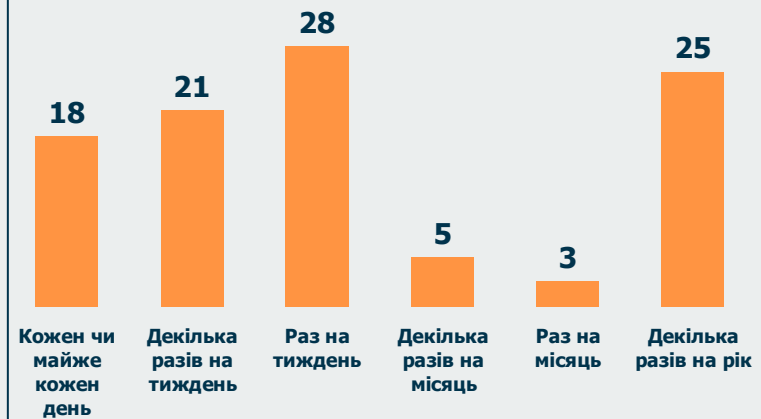
33

СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ



% до всіх респондентів, N=250

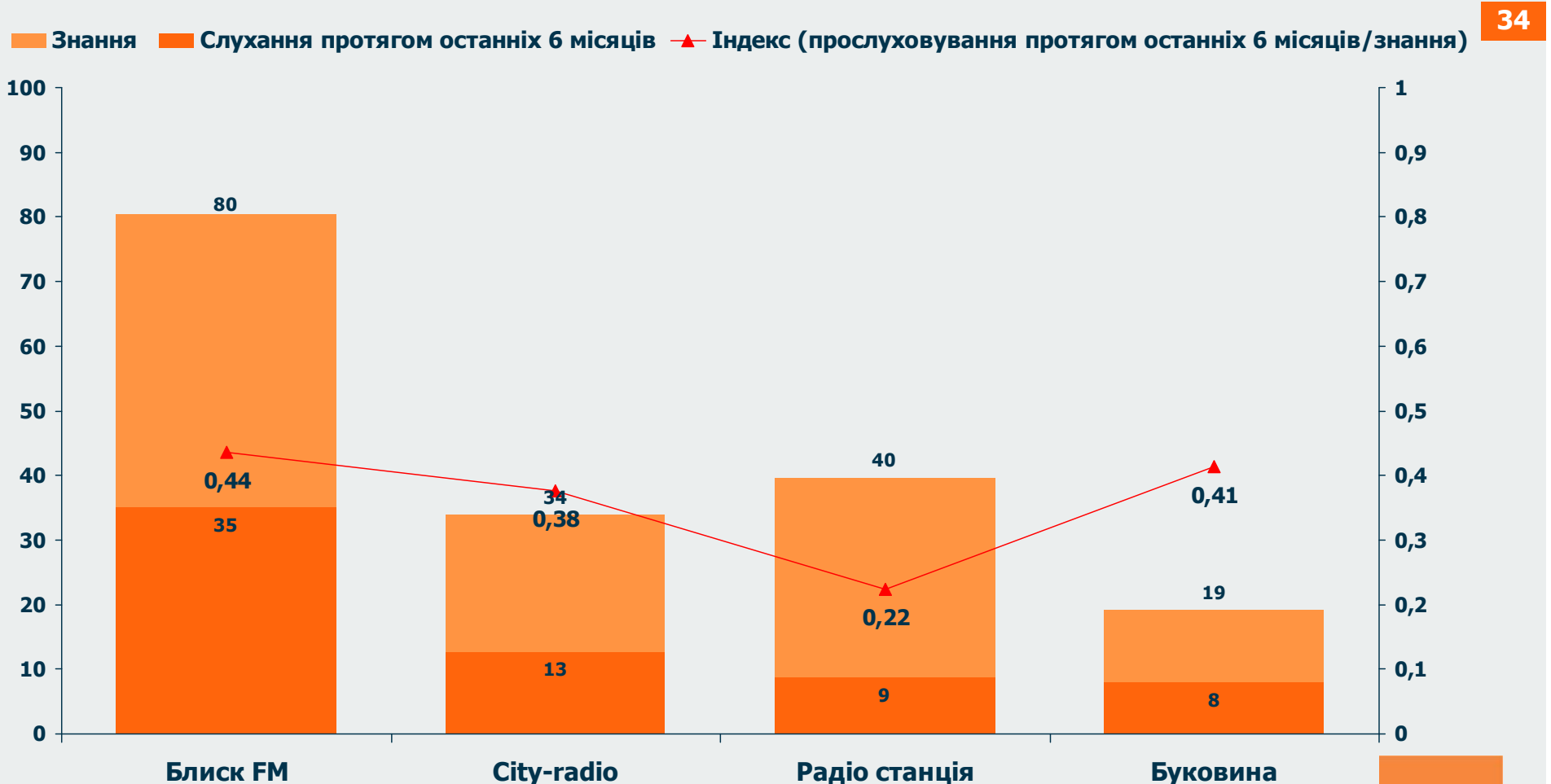
СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ (2008 РІК)



% до слухачів регіонального радіо, N=108

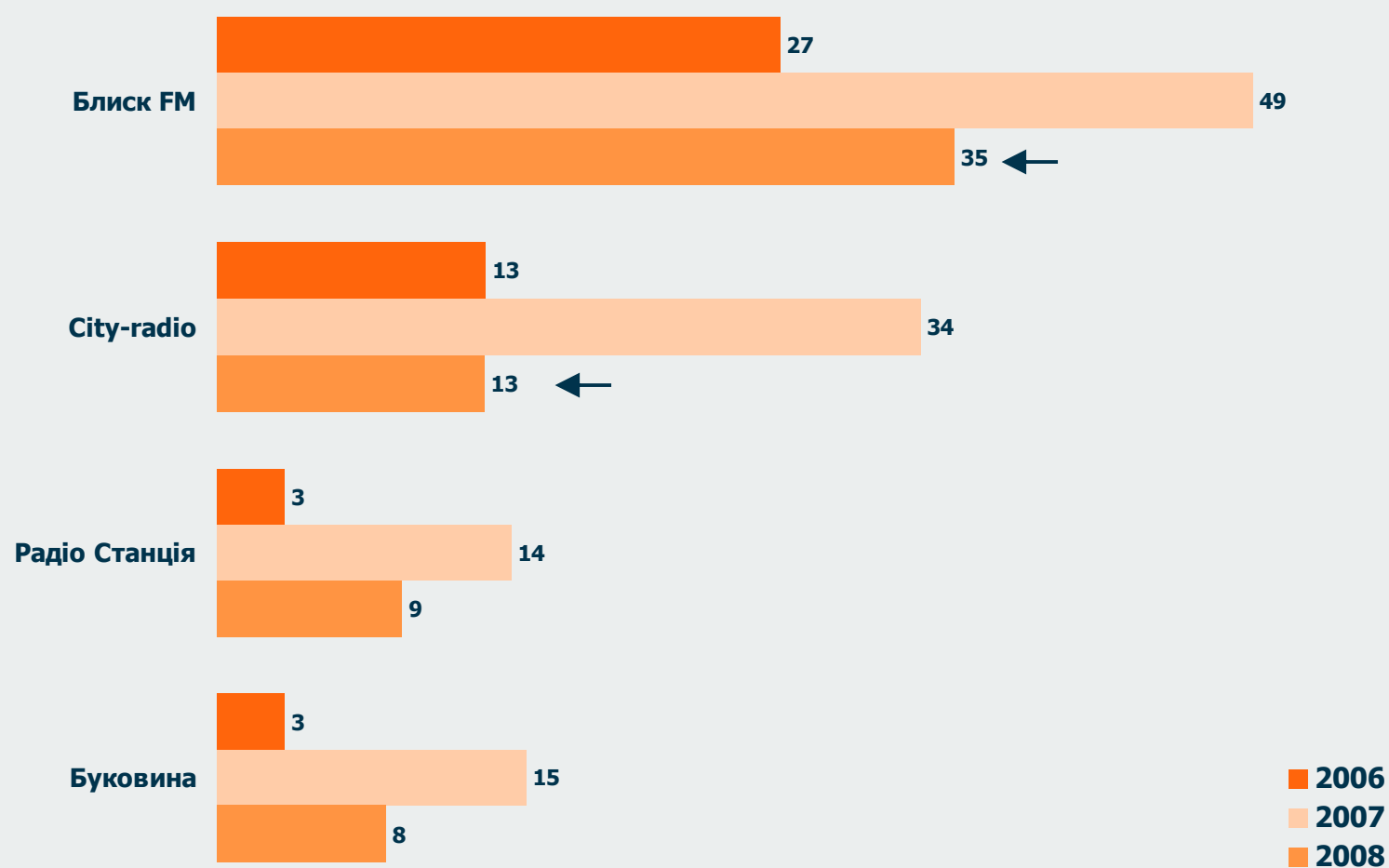
Знання та слухання регіональних радіостанцій (2008)

% до всіх респондентів, N=250



Слухання регіональних радіостанцій впродовж останніх 6 місяців

% до слухачів регіонального радіо, N(2008)=108

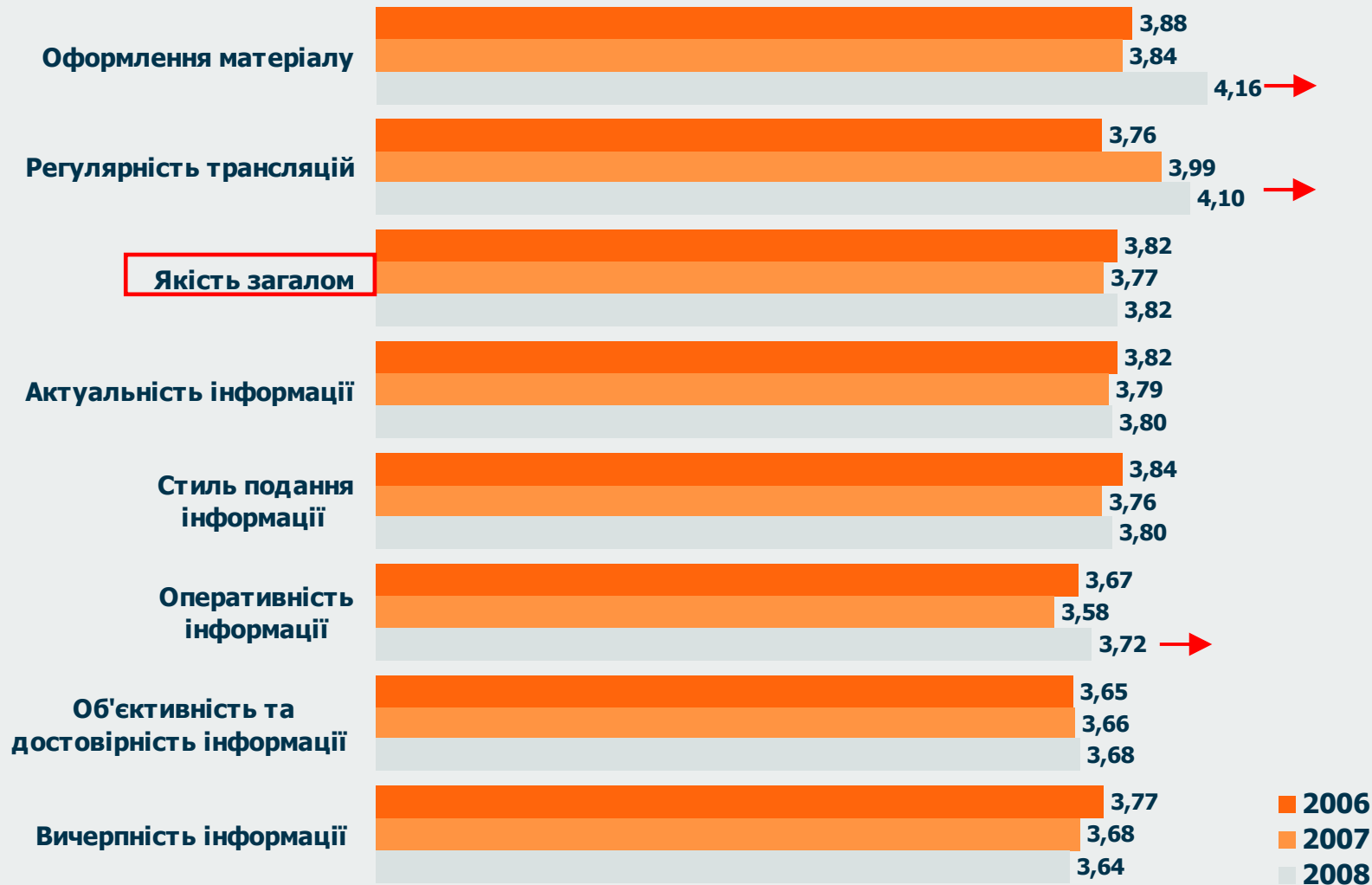


Задоволеність характеристиками регіональних радіопрограм

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

36



Задоволеність якістю регіональних радіопрограм: Чернівці та всі міста (2008)

Негативна різниця означає, що в Чернівцях люди менше задоволені відповідними характеристиками, ніж у всіх містах

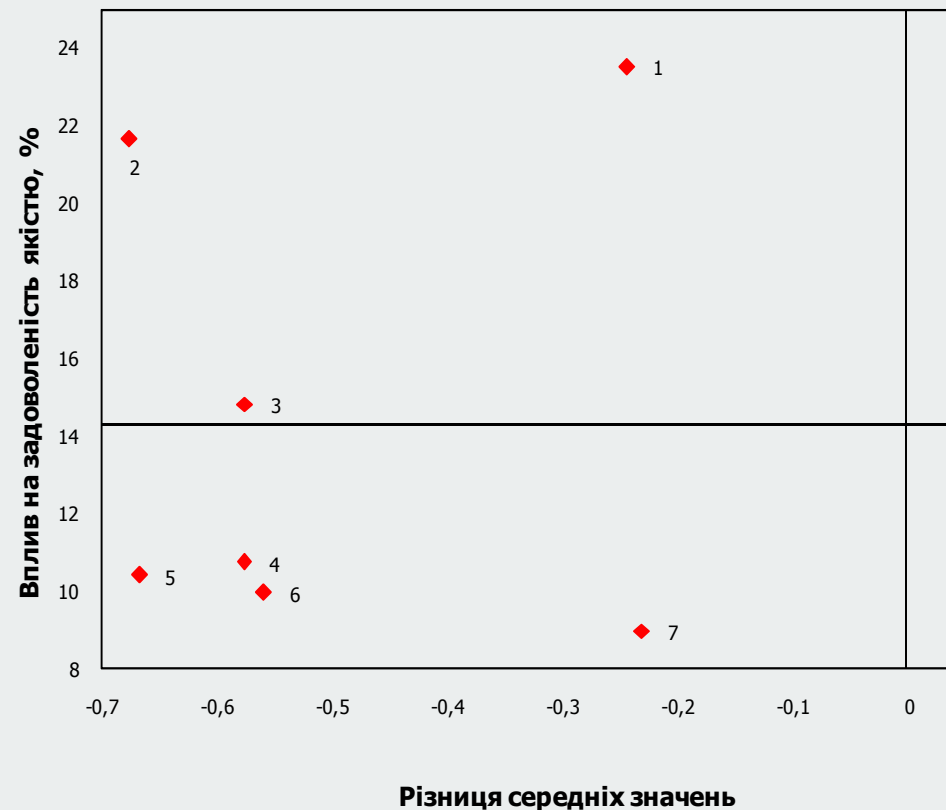
37

Основні недоліки

- 1 - Оформлення матеріалу
- 2 - Вичерпність інформації
- 3 - Стиль подання інформації

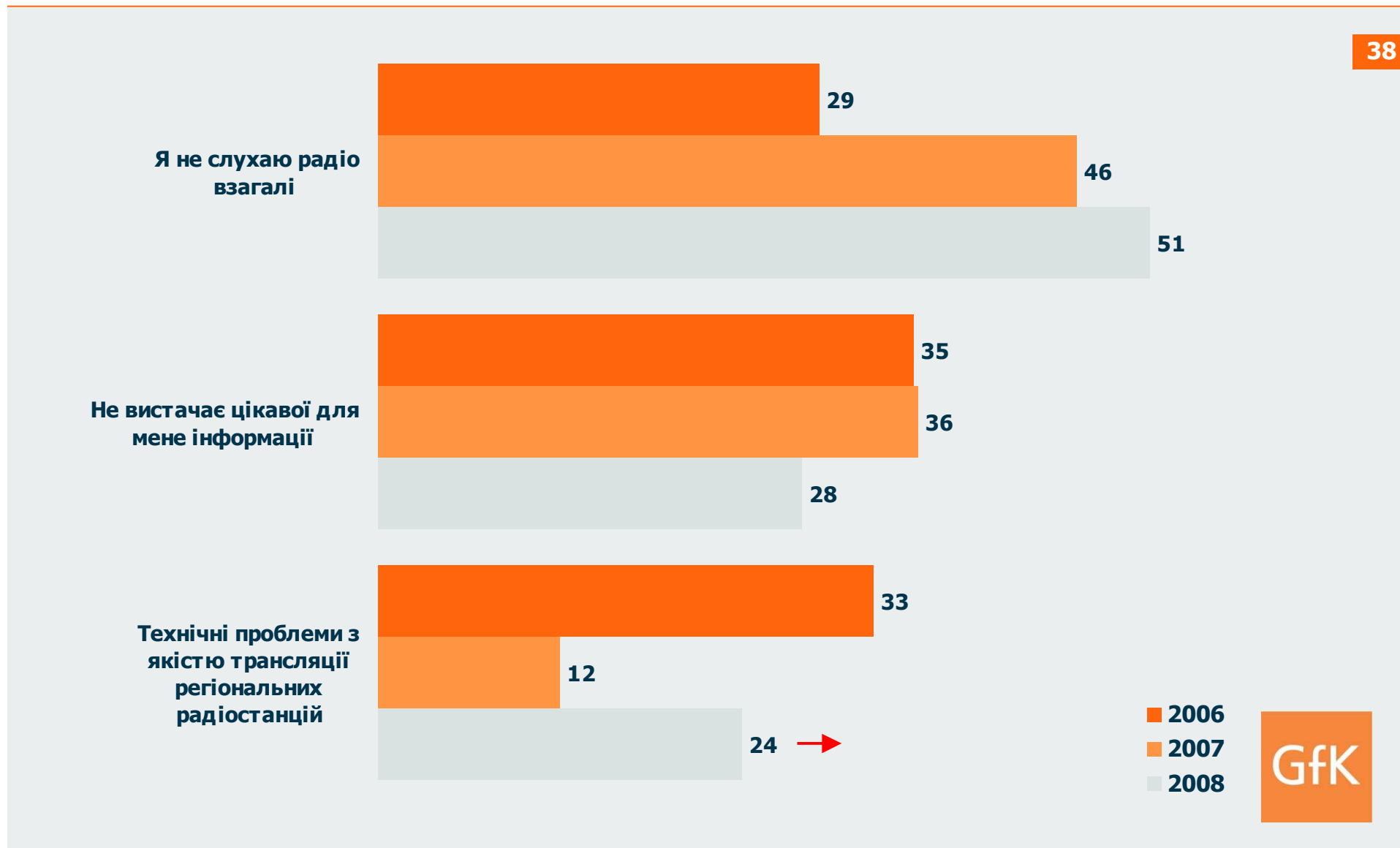
Другорядні недоліки

- 4 - Оперативність інформації
- 5 - Об'єктивність та достовірність інформації
- 6 - Актуальність інформації
- 7 - Регулярність трансляцій



Чому Ви не слухаєте регіональне радіо?

%до всіх не слухачів регіонального радіо, N(2008)=142



7

Основні результати: Теми висвітлені в регіональній пресі

Оцінка типів інформації: пояснення матриці

Матриця оцінки пріоритетів

40

Нестача інформації	A <u>Другорядні типи інформації</u> можна заощадити на другорядній інформації	B <u>Основні типи інформації</u> потребують постійної підтримки на високому рівні
	C <u>Ніші</u> потребують найменшої уваги	D <u>Розриви</u> потрібно негайно збільшити кількість такої інформації
	Зацікавленість в типах інформації	

Оцінка типів інформації

Шкала *достатньо інформації/брак інформації* показує середні значення між 1 – Я бажаю отримувати набагато більше інформації ніж це можливо на даний момент; 5 – Я не відчуваю нестачі інформації

Шкала *нецікава/цікава інформація* показує середні значення між 1 – Я ніколи не читаю цієї інформації; 5 – Я в будь-якому разі читаю цю інформацію.

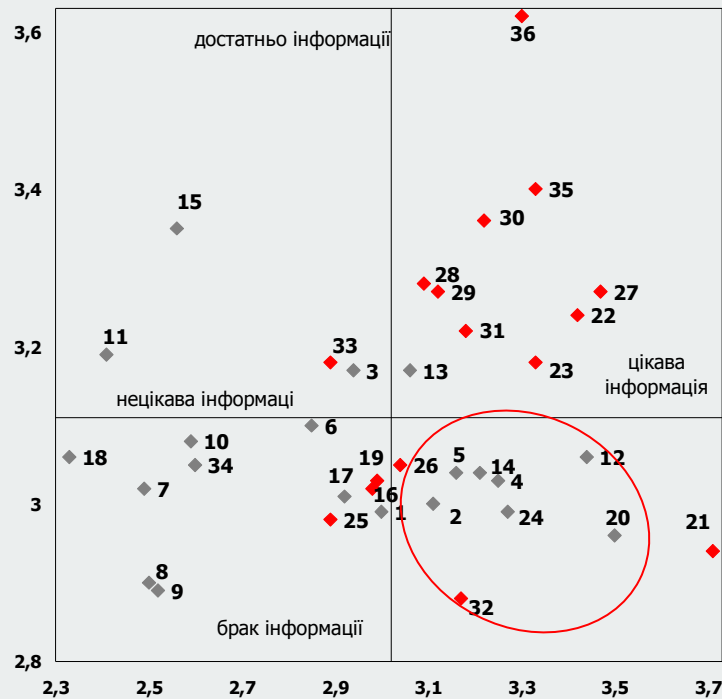
- 1 - Економічна ситуація в вашій області/місті
- 2 - Економічна ситуація в Україні
- 3 - Економічна ситуація у світі
- 4 - Політична ситуація в вашій області/місті
- 5 - Політична ситуація в Україні
- 6 - Політична ситуація у світі
- 7 - Оподаткування
- 8 - Банки / Страхування
- 9 - Аналіз нових законів
- 10 - Інформація про різні галузі промисловості
- 11 - Проблеми сільського господарства
- 12 - Обласні/міські новини
- 13 - Торгівля в вашій області/місті (нові магазини, розпродажі)

- 14 - Транспорт і комунальне господарство області/міста
- 15 - Проблеми армії / Військова справа
- 16 - Робота правоохоронних органів
- 17 - Соціальний захист / Пенсійне забезпечення
- 18 - Листи / думки читачів/слухачів/глядачів
- 19 - Історія області/міста
- 20 - Здоров'я
- 21 - Неймовірні події/факти
- 22 - Світська хроніка/розважальна інформація
- 23 - Інтерв'ю з цікавими особистостями
- 24 - Сім'я / діти
- 25 - Церква / релігія
- 26 - Освіта

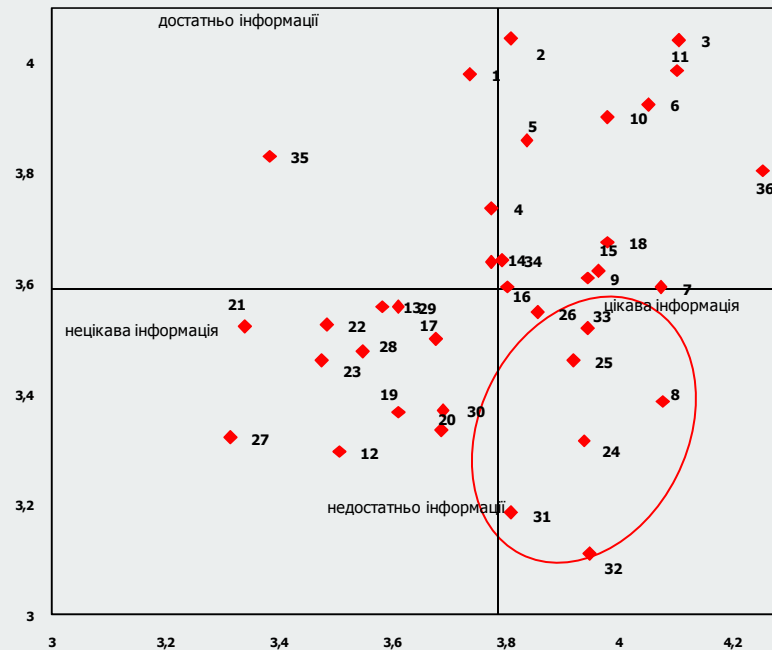
- 27 - Кримінальні історії, події
- 28 - Культурне життя
- 29 - Відпочинок/Мандри
- 30 - Природа/ Світ тварин
- 31 - Екологія/проблеми довкілля
- 32 - Дім, інтер'єр, будівництво, ремонт
- 33 - Наука та техніка
- 34 - Новини спорту
- 35 - Кросворди/гороскопи/анекдоти
- 36 - Прогнози погоди

41

2007



2008



Означає, що ні зацікавленість темою, ані кількість інформації не змінилися в 2008 порівняно з 2007

Означає, що зацікавленість темою або кількість інформації змінилися в 2008 порівняно з 2007

GfK



Користування Інтернетом

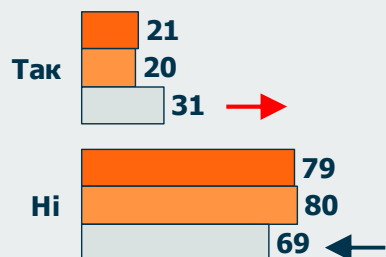
Користування Інтернетом

- В 2008 році кількість користувачів Інтернетом в Чернівцях значно зросла (20% в 2007 і 31% в 2008).
- Частота користування Інтернетом також збільшилася майже вдвічі (з 24% щоденних користувачів в 2007 до 47% в 2008) за рахунок зменшення кількості тих, хто користується Інтернетом кілька разів на тиждень (з 37% до 22%) та кілька разів на місяць (з 30% до 18%).
- На 12% більше користувачів заходять в Інтернет на роботі. Більшість все ж таки користується Інтернетом вдома.
- У 2008 році більшість Інтернет користувачів надають перевагу Інтернет версіям газет і журналів (70% в 2008 проти 34% в 2007).

Користування Інтернетом

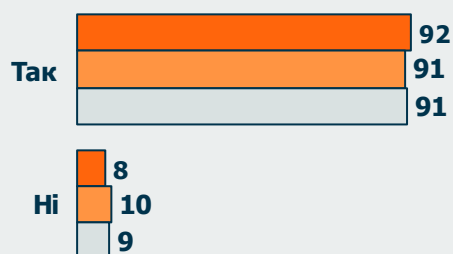
44

ЧИ ВИ КОРИСТУЄТЕСЬ ІНТЕРНЕТОМ?



% до усіх респондентів, N=250

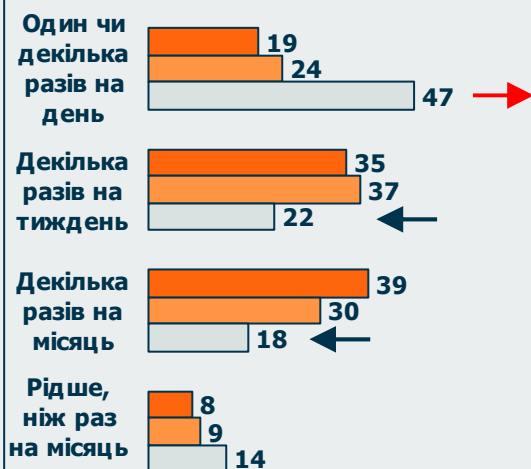
ЧИ КОРИСТУВАЛИСЯ ВИ ІНТЕРНЕТОМ ХОЧА Б ОДИН РАЗ ВПРОДОВЖ ОСТАННІХ 4 ТИЖНІВ?



% до усіх Інтернет користувачів. N=76

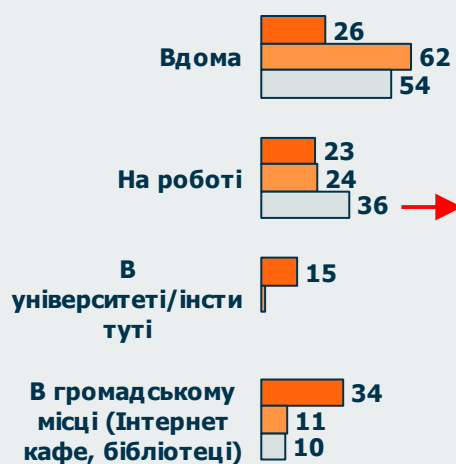


ЯК ЧАСТО ОСОБИСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



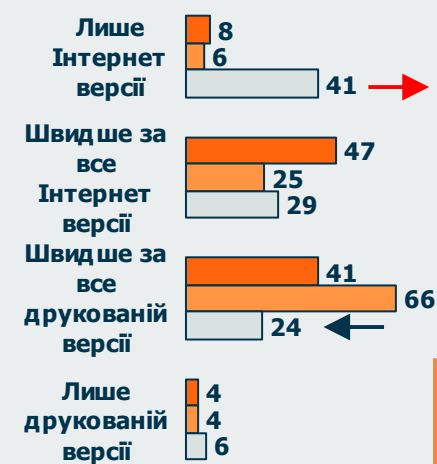
% до усіх Інтернет користувачів. N=76

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до усіх Інтернет користувачів. N=76

ЯКЩО ГАЗЕТА ЧИ ЖУРНАЛ МАЮТЬ ДРУКОВАНУ ТА ІНТЕРНЕТ-ВЕРСІЮ, ЯКІЙ З НИХ ВИ НАДАСТЕ ПЕРЕВАГУ?



% до усіх Інтернет користувачів. N=76

GfK



Опис вибірки

Демографія: пояснення

Категорії освіти

Категорії освіти, які використовувалися в дослідженні, інтерпретуються таким чином:

- **Незакінчена середня освіта:** люди, які закінчили тільки неповну середню школу (8-9 років) чи на даний час навчаються в 10-11 класах середньої школи або професійно-технічного училища.
- **Середня освіта:** респонденти, які закінчили середню школу (10-11 років) або професійно-технічне училище.
- **Середня спеціальна освіта:** люди, які отримали звання молодшого спеціаліста, пройшли професійну технічну підготовку.
- **Незакінчена вища освіта:** люди, які подолали половину з усього періоду навчання в університеті
- **Вища освіта:** респонденти, які закінчили університет та отримали кваліфікацію спеціаліста, бакалавра або магістра.

46

Метод оцінки рівня добробуту

Як показує наш досвід, прямі запитання щодо рівня доходу респондентів не дозволяють отримати оцінку, яка б відповідала дійсності, оскільки люди не бажають давати інформацію про свої справжні доходи. Тому ми застосовуємо непрямий метод оцінки добробуту, який базується на оцінці інтегрального показника добробуту.

Інтегральний показник добробуту підраховувався на основі таких питань:

- Як би оцінили рівень доходу Вашої родини?
- Який середньомісячний дохід на душу населення у гривнях вважається середнім, вище середнього, нижче середнього, низьким, високим у вашому місті?
- Оберіть категорію, яка відповідає місячному доходу Вашої родини протягом останнього місяця

На основі відповідей респондентів на ці питання за допомогою факторного аналізу ми побудували інтегральний показник добробуту. Хоча він і не дозволяє визначити рівень добробуту респондентів у грошовому вимірі, але відображає рівень їхнього добробуту і дозволяє робити порівняння. Підрахувавши показник, ми розподілили респондентів на 5 груп відповідно до рівня їх добробуту.

Демографія (2008 рік)

% до всіх респондентів, N=250

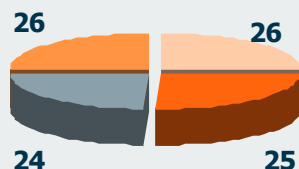
47

СТАТЬ



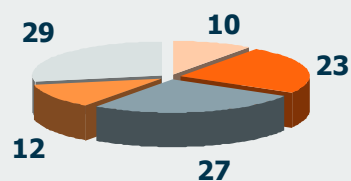
■ Чоловіки ■ Жінки

ВІК



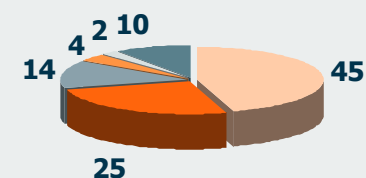
■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-55

ОСВІТА



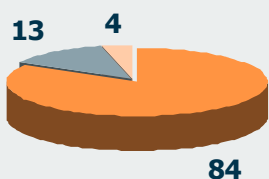
■ Незакінчена середня освіта
■ Середня освіта
■ Середня спеціальна освіта
■ Незакінчена вища
■ Вища освіта

ЗАЙНЯТІСТЬ



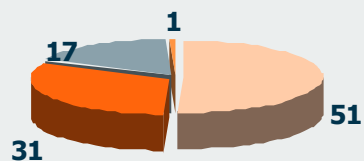
■ Найманий працівник
■ Самозайнятий
■ Тимчасово непрацюючий
■ Пенсіонер
■ Займається домогосподарством
■ Студент/учень

НАЦІОНАЛЬНІСТЬ



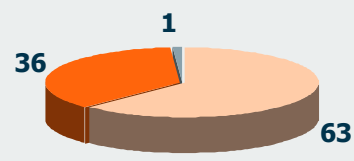
■ Українська ■ Російська
■ Інша

МОВА СПІЛКУВАННЯ НА РОБОТІ



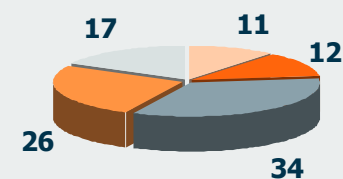
■ Українська ■ Російська
■ Не працює ■ Інша

МОВА СПІЛКУВАННЯ ВДОМА



■ Українська ■ Російська
■ Інше

РІВЕНЬ ДОБРОБУТУ



■ Низький
■ Нижче середнього
■ Середній
■ Вище середнього
■ Високий

GfK