



Регіональні ЗМІ в Україні: 2008—Львів

Звіт про дослідження
Відділ досліджень ринків та 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: Київ 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: Київ 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: Київ та всі міста (2008 рік)

Причини не слухання регіонального радіо

7. Тематика регіональних ЗМІ

8. Користування Інтернетом

9. Опис вибірки



1 **Методологія**

Методологія

- **Вибірка:** в кожній хвилі 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 у Львові: основні результати

Читання/перегляд/слухання ЗМІ в 2008

6

- Читання газет, перегляд телеканалів та слухання радіо у Львові змінилося в 2008 році у порівнянні з 2007 лише на національному рівні. У порівнянні з 2007 роком у Львові **кількість слухачів національних радіостанцій зменшилася на 9%.**
- **Найбільшою зміною є 17% скорочення аудиторії національної періодики** (з 76% до 59%).
- Значних змін аудиторії регіональних засобів масової інформації не відбулося.

Рівень задоволеності регіональними ЗМІ в 2008

- У 2008 році порівняно з 2007 **загальний рівень задоволеності якістю регіональної преси та інформаційними програмами на регіональних радіостанціях збільшився. А загальний рівень задоволеності інформаційними програмами на регіональних телеканалах не змінився.**

Тематика регіональних ЗМІ в 2008 році

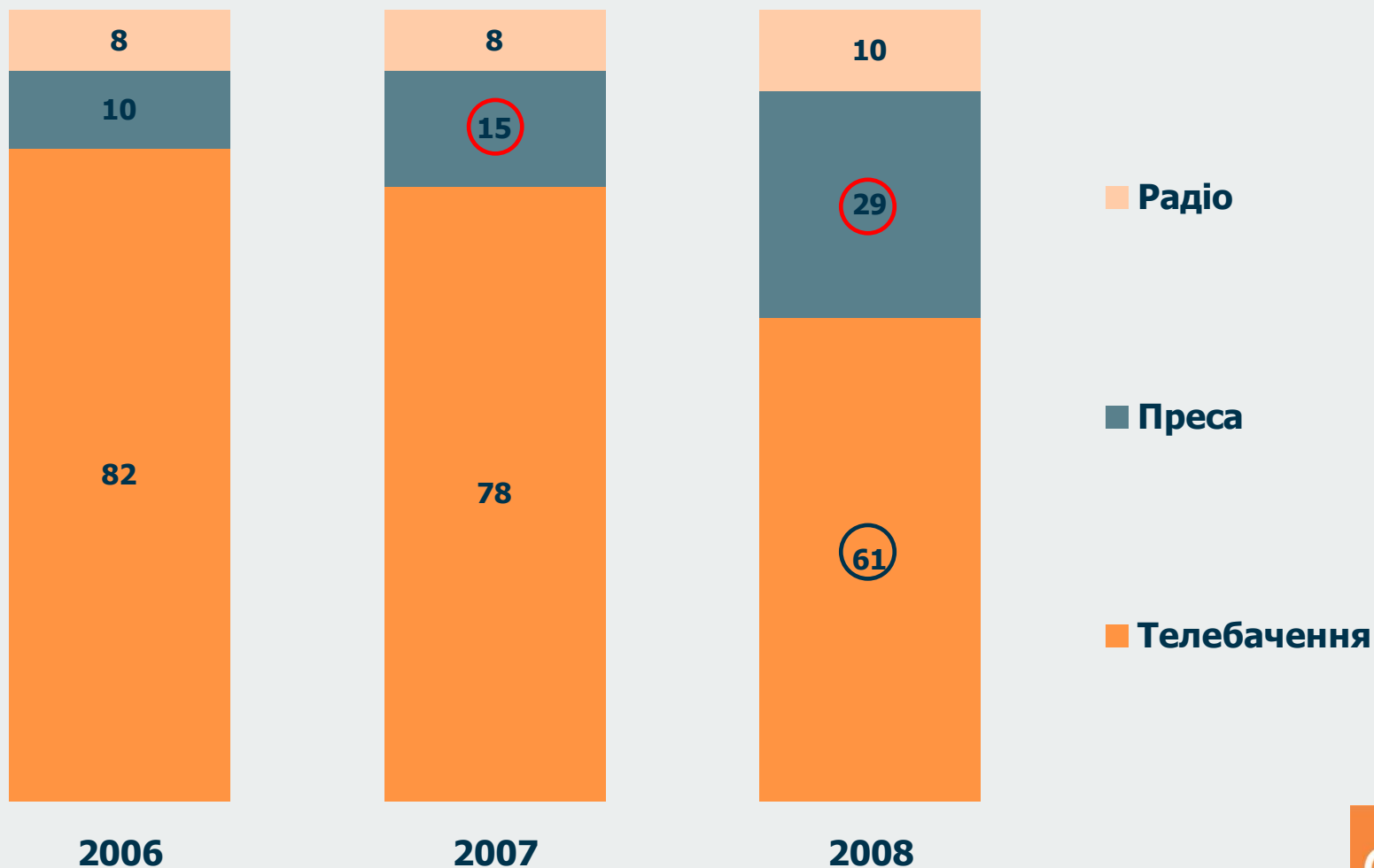
- У 2008 році львівські читачі, глядачі, слухачі не відчували недостачі інформації з цікавих тем, окрім **Торгівля у Львівській області/місті (нові магазини, розпродажі) та Проблеми армії / Військова справа.**

Преференції щодо певних типів інформаційних джерел в 2008

- Відсоток респондентів, що надають перевагу отриманню інформації з преси, зріс завдяки зменшенню частки тих, що воліли б отримувати її з телебачення (на 14% більше для преси і на 17% менше для телебачення).

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

% до всіх респондентів, N(2008)=350



- Указує на те, що ця група значимо більша, ніж в попередній хвилі з більш як 90% можливістю
- Указує на те, що ця група значимо менша, ніж в попередній хвилі з більш як 90% можливістю

3 Національні ЗМІ

Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні видання

- У порівнянні з 2007 у 2008 році рівень читання національних періодичних видань у Львові знизився на 17% (з 76% в 2007 до 59% в 2008).
- Найпопулярнішими щоденними виданнями залишаються "Високий замок", "Факты и комментарии", "Комсомольская правда в Украине", хоча кількість їхніх читачів значно зменшилася відповідно на 19%, 6% та 4%. Також значно зменшилася аудиторія газет "Експрес об'ява", "Голос України" та "Урядовий кур'єр".
- У Львові приблизно така ж кількість читачів, як у всіх містах.
- Мешканці кожного міста мають "улюблене" національне видання, яке в даному місті має більше читачів, ніж в інших містах. У Львові таким виданням є "Високий замок" (на 39% більше читачів). Всі інші видання у Львові менш популярні, ніж у всіх містах, у 2008 році, окрім видань "Експрес об'ява", "Український футбол", "Голос України", "Молодь України", "День" та "Сільські вісті", популярність яких у Львові така ж, як і у всіх містах.

9

Найпопулярніші національні телевізійні канали

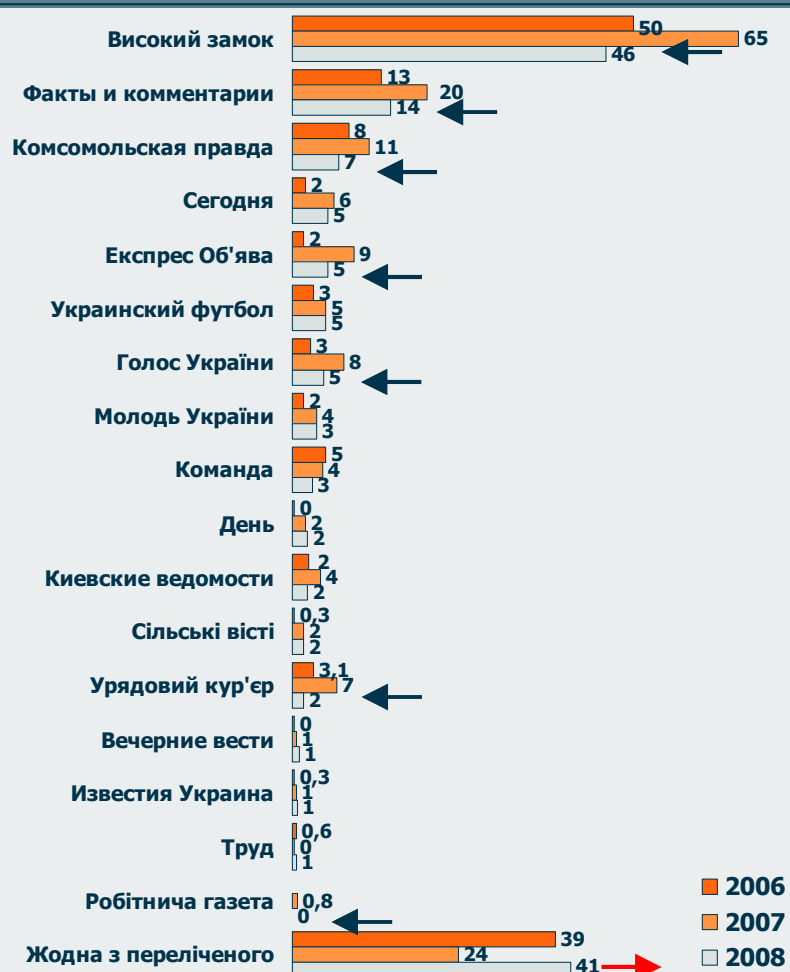
- У порівнянні з 2007, у 2008 році рівень перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів не змінився. У Львові лідерами серед національних телеканалів є "1+1", "Інтер" і "Новий" і у жодного з цих каналів не змінилася кількість глядачів у 2008 році.
- Єдина зміна – це збільшення кількості глядачів каналу "ТРК Україна" у 2008 році на 11% (з 57% до 68%).
- У Львові у порівнянні з усіма містами більшу популярність мають "Новий" (+7%), "СТБ" (+4%), "5 Канал" (+20%) та "ТРК Україна" (+4%).
- Серед усіх національних каналів найчастіше дивляться "Інтер", "1+1" та "Новий". Близько 75% респондентів переглядають ці телеканали щодня або майже щодня. Найрідше дивляться "УТ-1" (лише 37% глядачів приділяють йому увагу щоденно).

Найпопулярніші національні радіостанції

- У 2008 році кількість слухачів найбільш популярних національних радіостанцій зменшилась на 9% (з 78% в 2007 до 69% в 2008).
- У порівнянні з 2007 у 2008 році "Радіо Люкс ФМ" втратило свою лідерську позицію, його популярність погіршилася на 10% (з 42% до 32%) і зараз посідає третє місце. "Хіт ФМ" та "Наше Радіо" поділяють перше місце з 34% аудиторії.
- Ще у шести радіостанцій збільшилася кількість слухачів. До них належать "1 канал Національного радіо" (+7%), "Гала Радіо" (+5%), "Авторадіо Україна (Довіра Ніко ФМ)" (+5%), "Радіо Свобода" (+4%), "Голос Америки" (+7%) та ВВС (+5%).
- У радіостанцій "Радіо 5" та "Русское радио" зменшилася кількість слухачів на 5% та 3% відповідно.
- Львів вирізняється з-поміж усіх міст рівнем слухання таких станцій як "Наше Радіо" (на 8% більше слухачів), "Люкс ФМ" (на 12% більше), "Радіо Ера" (на 13% більше), "1 канал Національного радіо" (на 10% більше), "Гала Радіо" (на 4% більше), "Радіо Свобода" (на 7% більше), "Голос Америки" (на 7% більше) та ВВС (на 5% більше). Найбільша різниця в рівні слухання у Львові та всіх містах стосується "Русского радио" (на 23% менше слухачів у Львові), "Радіо Шансон" (на 21% менше) та "Європа Плюс" (на 17% менше), "Кісс ФМ" (на 10% менше).
- Загалом у 2008 році національні радіостанції у Львові слухають на 5% менше, ніж у всіх містах.

Читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців

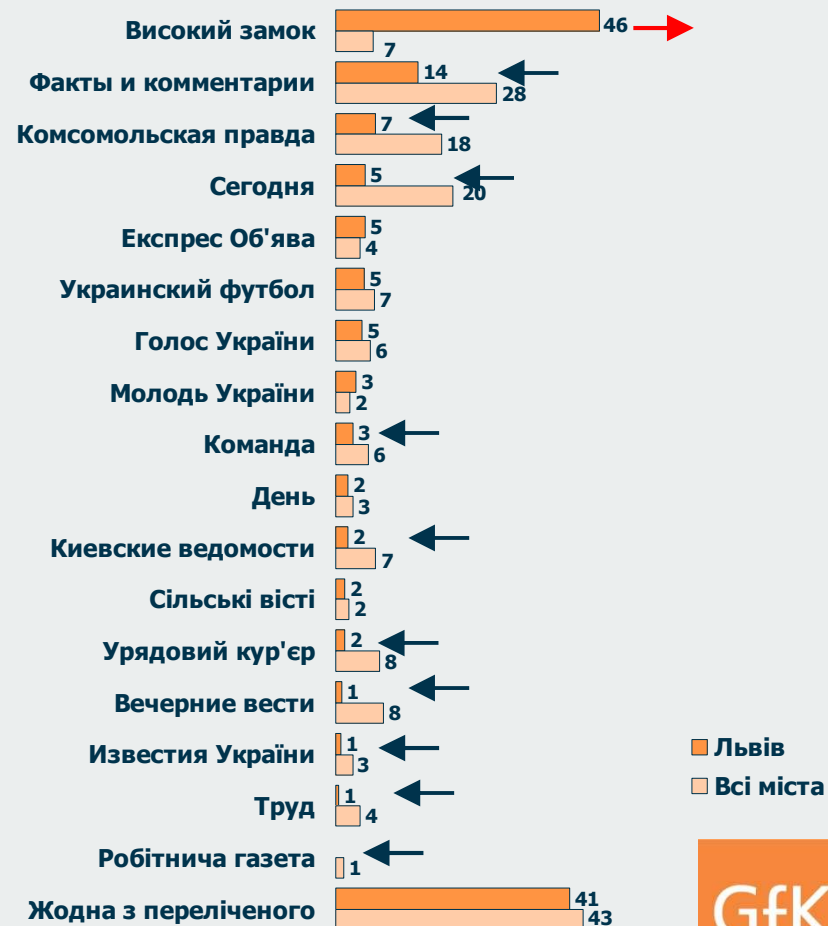
ДИНАМІКА ЧИТАННЯ ВИДАНЬ У 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N (2008)=350

Примітка: істотні зміни наводяться із стрілками (з 90% або більше рівнем можливості)

ЧИТАННЯ У ЛЬВОВІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



% до всіх респондентів, N (Львів)=350, N (усі міста)=4450

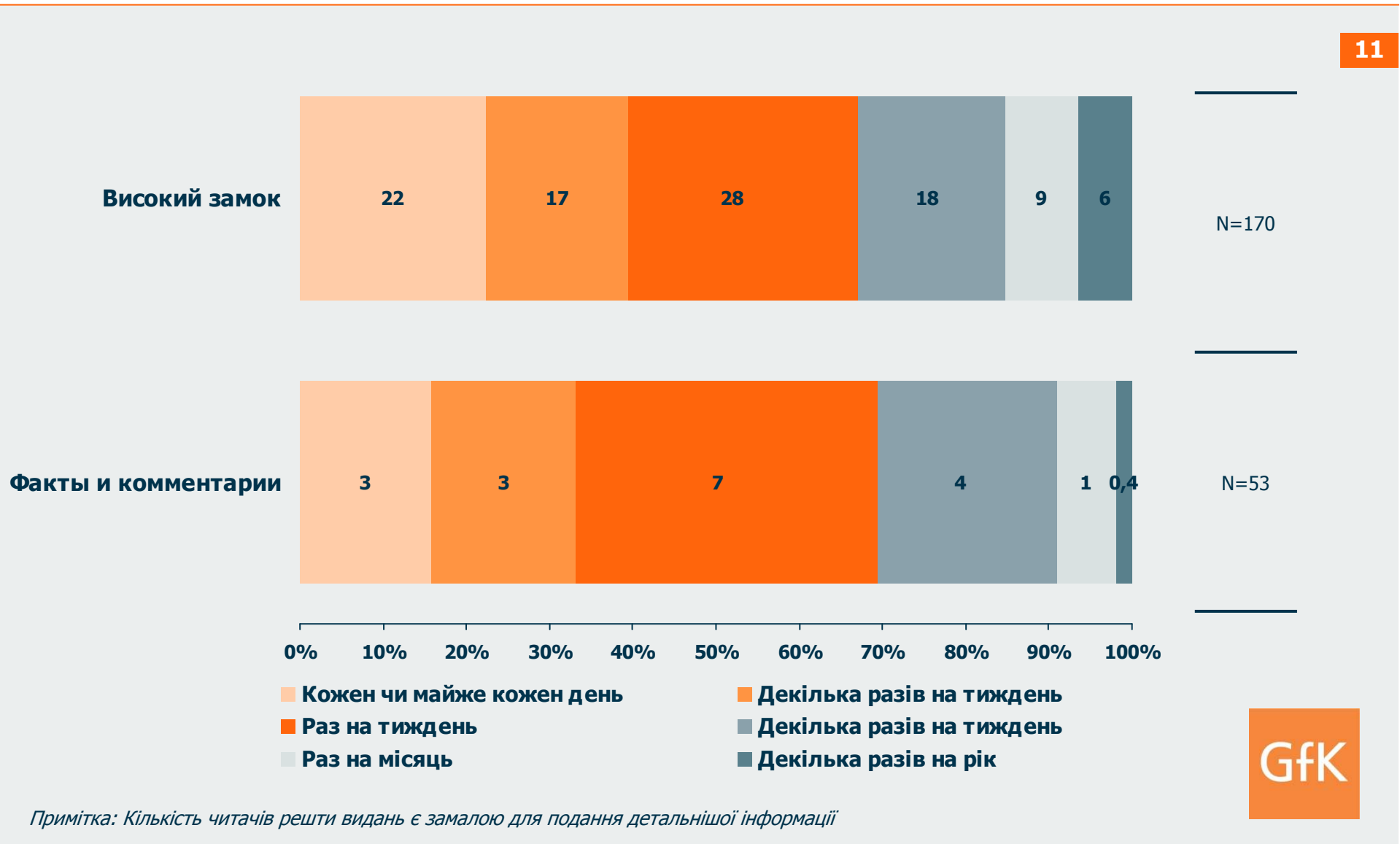
Примітка: істотні зміни наводяться із стрілками (з 90% або більше рівнем можливості)

GfK

Частота читання найпопулярніших національних газет (2008)

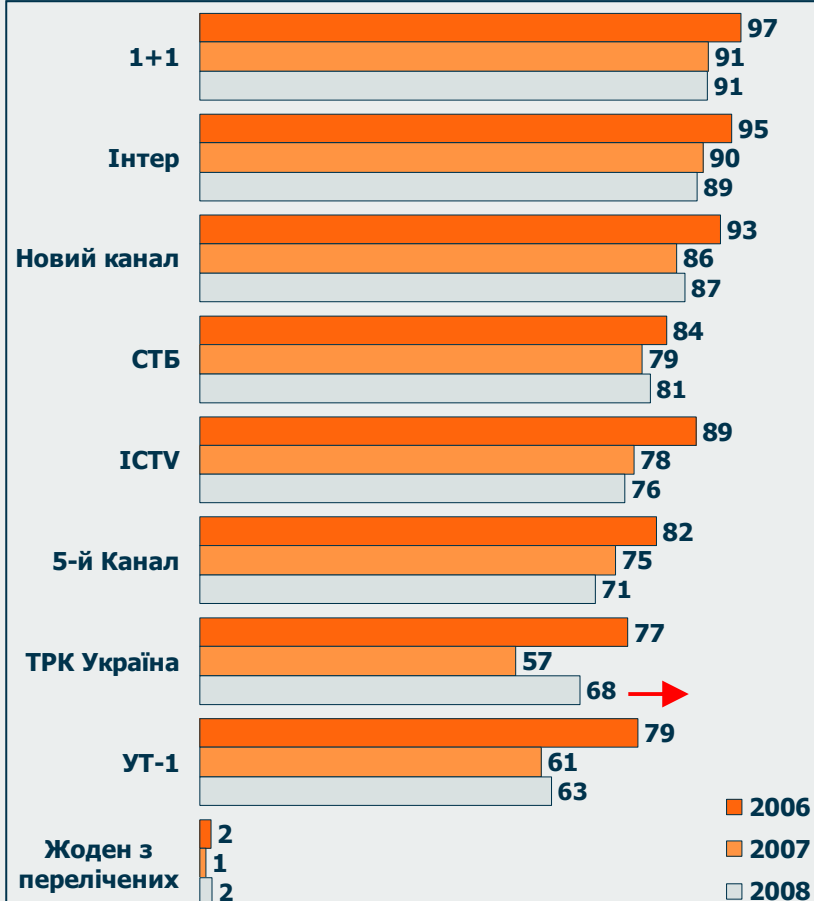
% до читачів кожного національного видання

11



Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

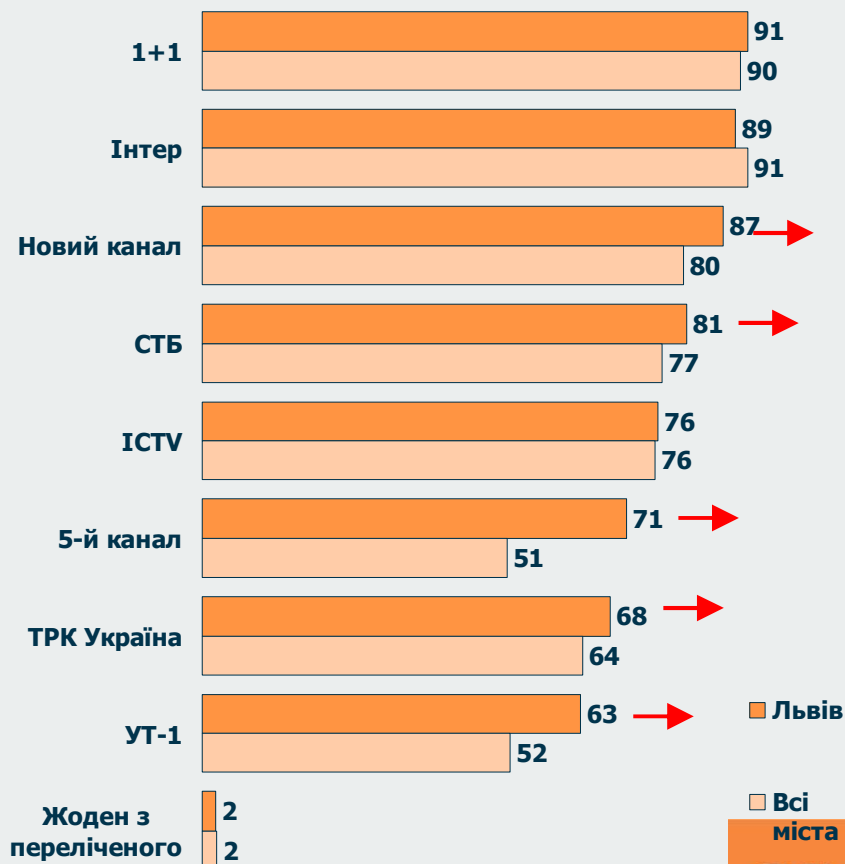
ДИНАМІКА ПЕРЕГЛЯДУ ТЕЛЕКАНАЛІВ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=350

Примітка: істотні зміни наводяться із стрілками (з 90% або більше рівнем можливості)

ПЕРЕГЛЯД У ЛЬВОВІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



% до всіх респондентів, N (Львів)=350, N (всі міста)=4450

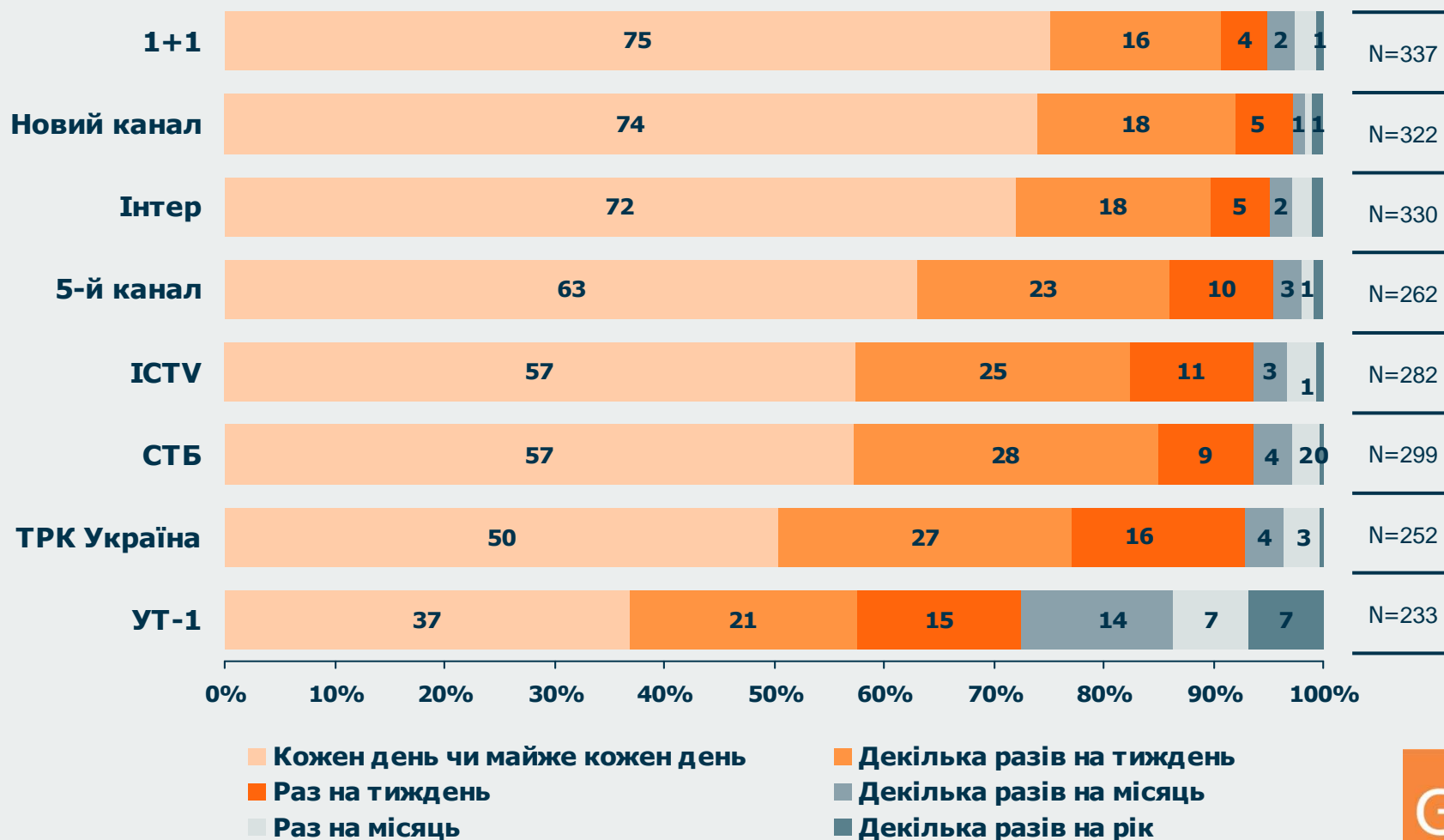
Примітка: істотні зміни наводяться із стрілками (з 90% або більше рівнем можливості)

GfK

Частота перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів (2008)

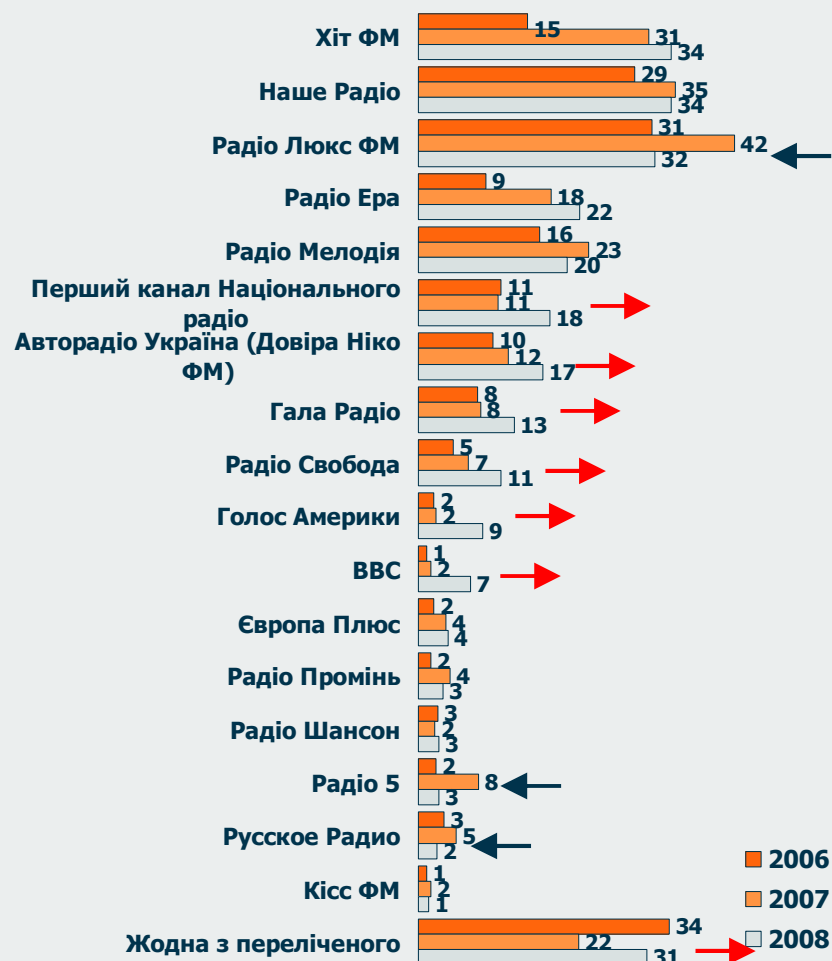
% до глядачів кожного національного каналу

13



Слухання найпопулярніших національних радіостанцій протягом останніх 6 місяців

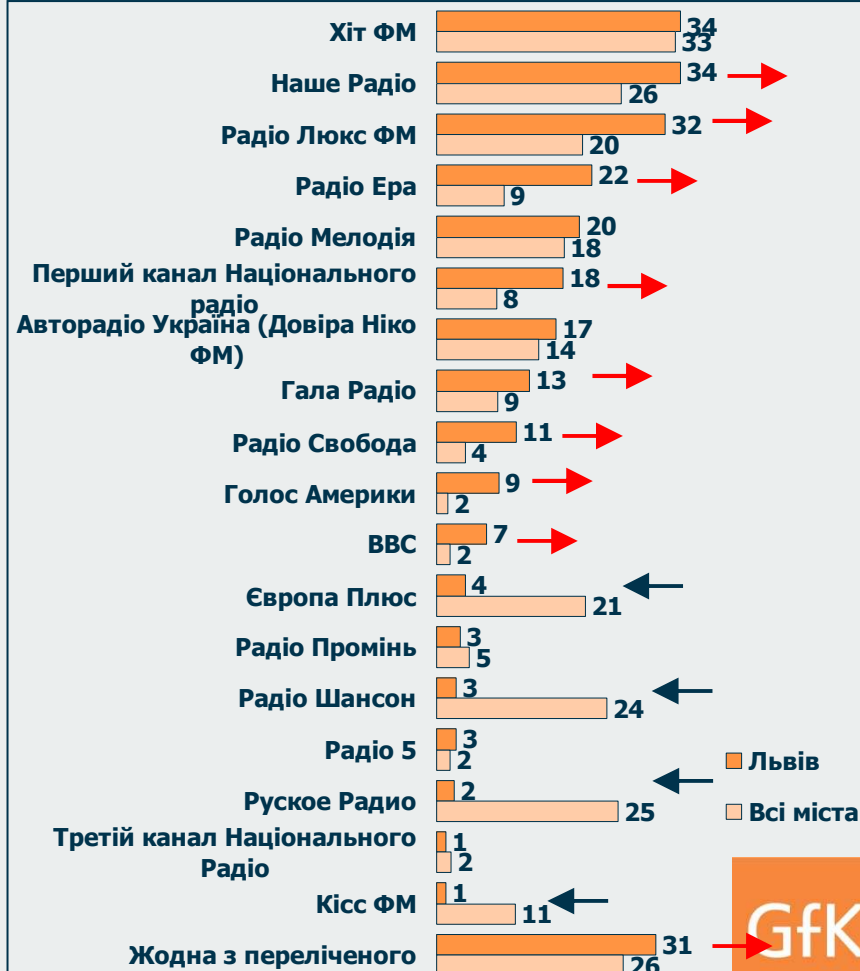
ДИНАМІКА СЛУХАННЯ РАДІОСТАНЦІЙ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=350

Примітка: істотні зміни наводяться із стрілами (з 90% або більше рівнем можливості)

СЛУХАННЯ У ЛЬВОВІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



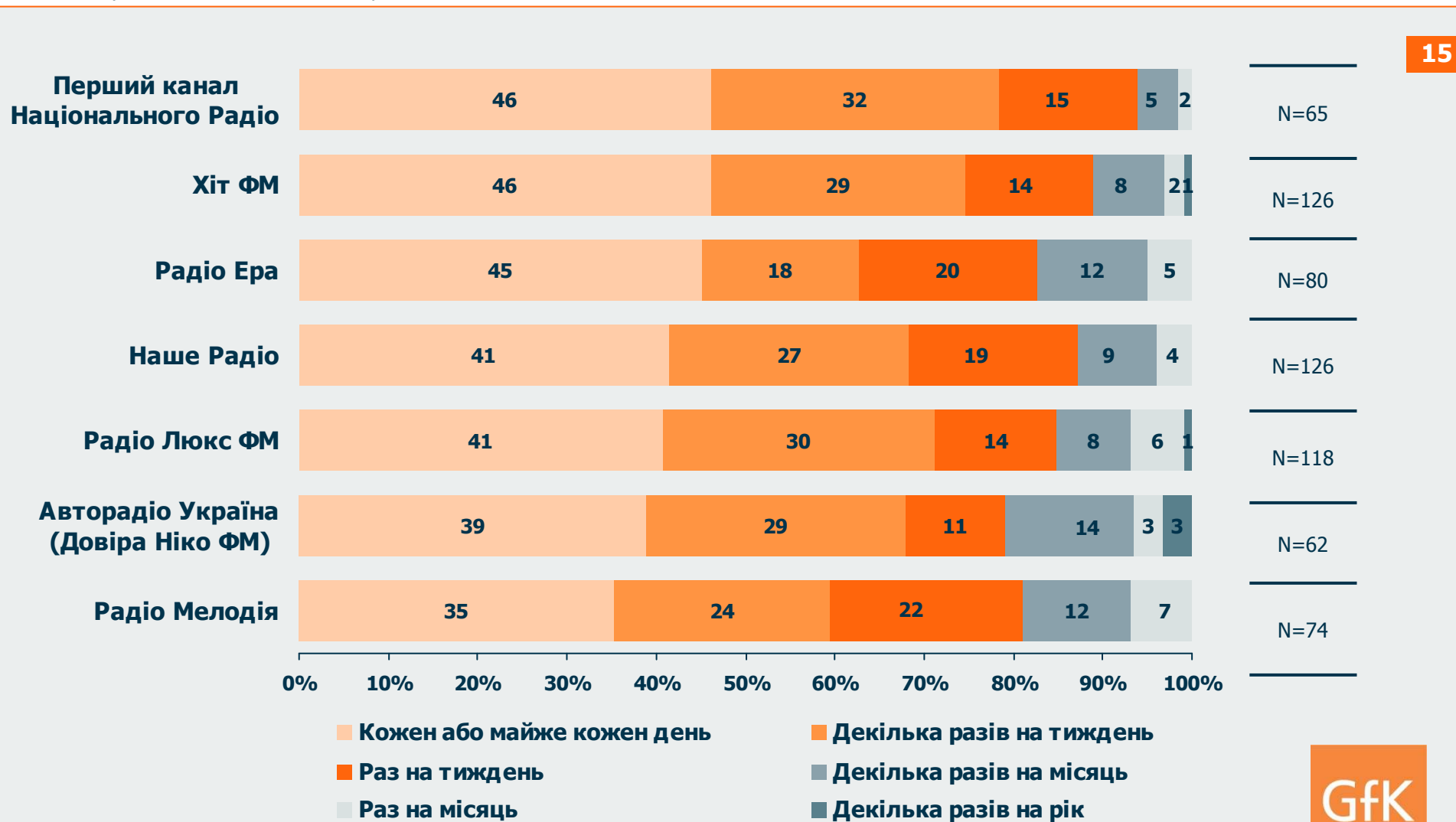
% до всіх респондентів, N (Львів)=350, N (усі міста)=4450

Примітка: істотні зміни наводяться із стрілами (з 90% або більше рівнем можливості)



Частота слухання найпопулярніших національних радіостанцій (2008)

% до слухачів кожної національної радіостанції



Примітка: Кількість слухачів решти станцій є замалою для подання детальнішої інформації



Основні результати: регіональні періодичні видання

Регіональні періодичні видання

Читання регіональних періодичних видань

- У порівнянні з 2007 у 2008 році рівень читання регіональних періодичних видань в Львові значно не змінився і стабілізувався на рівні 86%.
- Лідерами є "Експрес"(66% читачів) та "Ваш магазин"(45%).
- У 2008 році популярність деяких видань зменшилася, до них належать "Високий замок" (з 65% в 2007 до 54% в 2008), "Львівські оголошення" (з 23% до 20%), "Львівська реклама" (з 22% до 15%) та "Місто плюс передмістя" (з 26% до 11%). Єдине зростання популярності відзначено для "TV експерт" (з 4% до 7%).
- Регулярність читання періодики погіршилася в 2008 році. Тільки 12% читачів читає кожне чи майже кожне число газети, 24% читають приблизно через номер.

17

Задоволеність регіональною пресою

- У порівнянні з 2007 у 2008 році рівень задоволеності більшістю характеристик львівських регіональних видань зріс, окрім задоволеності *Ціною*.
- Основними перевагами** львівських регіональних видань є *Оформлення видань, Вичерпність інформації та Наявність газет у продажу*. До **другорядних переваг** належить *Важливість інформації для читача, Стиль подання інформації, Об'єктивність та достовірність інформації та Оперативність інформації*.
- Єдиним головним недоліком** у порівнянні з виданнями всіх міст є *Ціна*.

Місця купівлі регіональних періодичних видань

- Найчастіше купують регіональну пресу й надалі в газетних кіосках (74% в 2008).
- У 2008 році кількість людей, що купують регіональну періодику безпосередньо у вуличних торговців і на розкладках в переходах, збільшилася з 7% в 2007 до 12% в 2008.

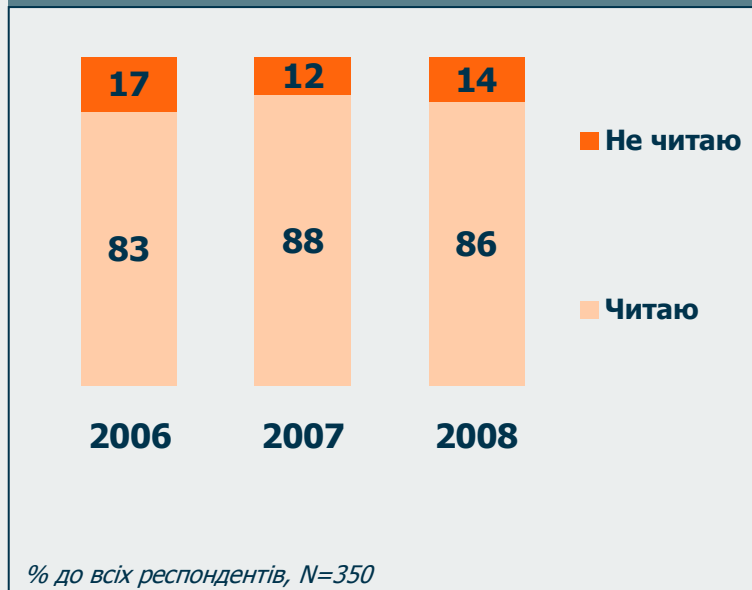
Час і місце читання регіональних періодичних видань

- У 2008 році на 10% більше респондентів читають пресу у будні дні (25% в 2007 проти 15% в 2008) за рахунок зменшення кількості тих, хто читає однаково часто і в будні і на вихідні (на 9% менше в 2008).
- І на 18% більше респондентів читають пресу вдень (24% в 2007 супроти 42% в 2008) за рахунок зменшення частки тих, хто читає ввечері (на 19% менше).
- Більшість за всі роки дослідження читають пресу вдома (89% в 2008).

Читання регіональних періодичних видань

18

ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ

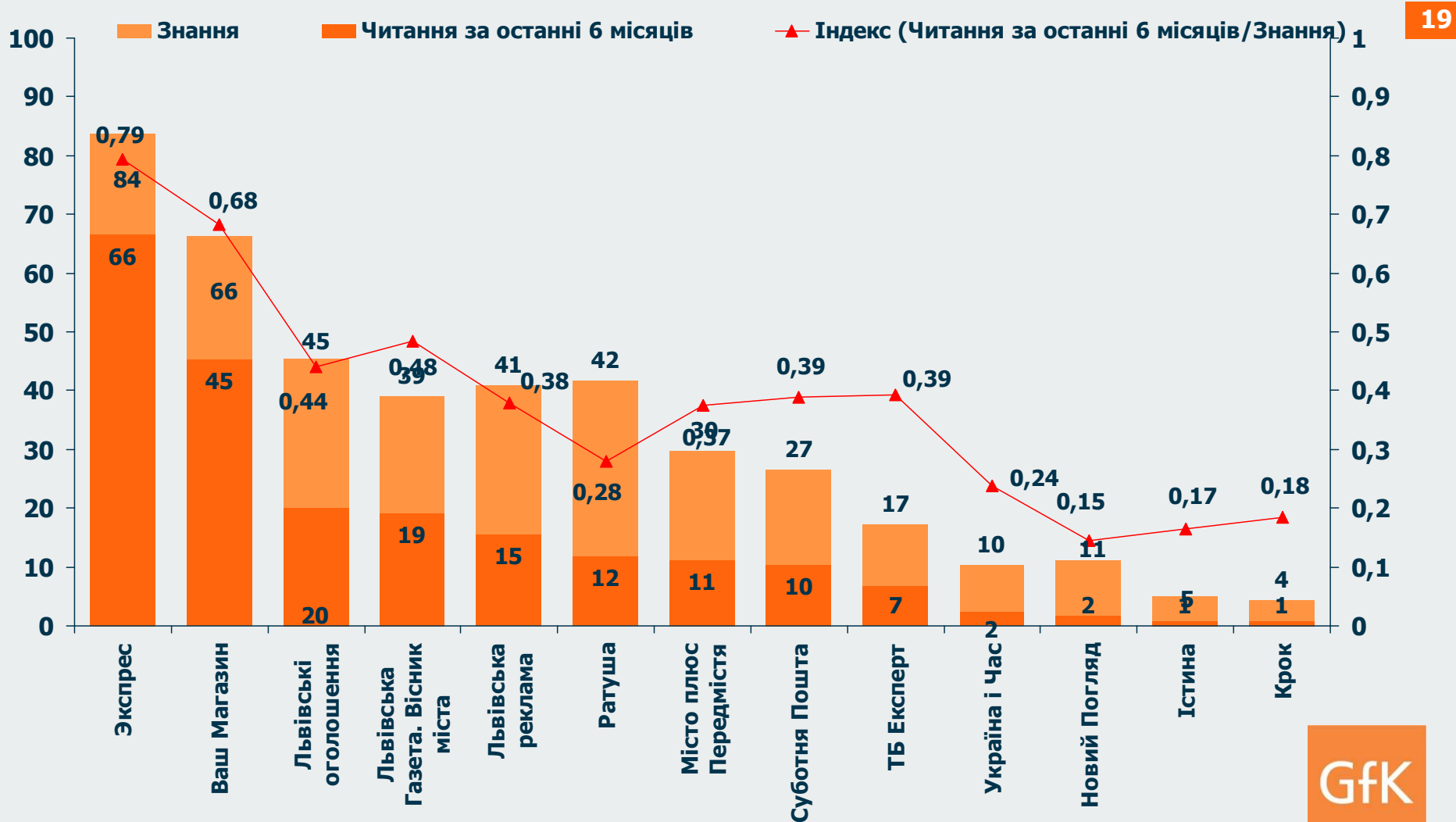


ЧАСТОТА ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (2008 рік)



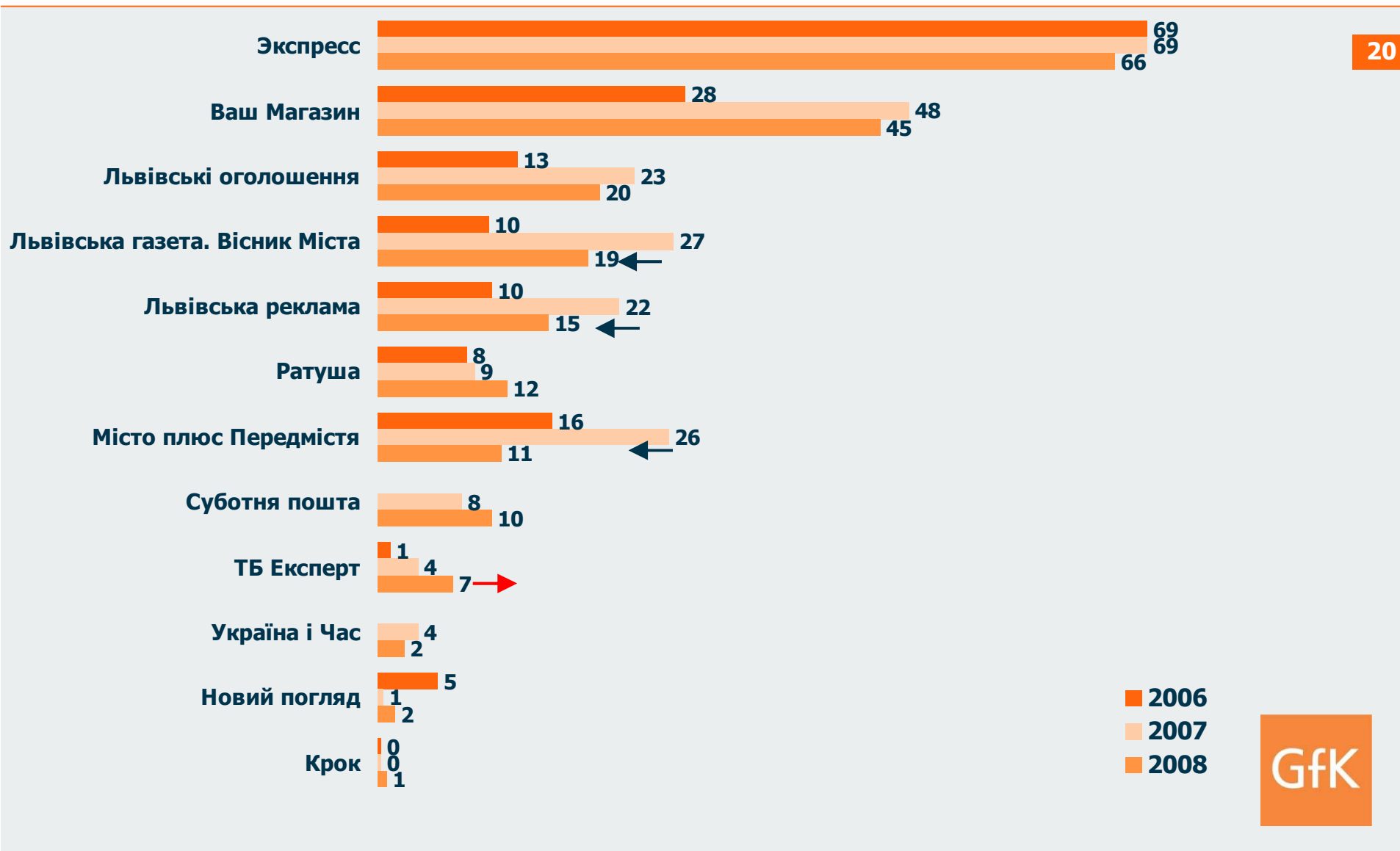
Знання та читання регіональної періодичної преси (2008)

% до всіх респондентів, N=350



Читання різних видань регіональної преси протягом останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, які читали періодику останні 6 місяців, N(2008)=302

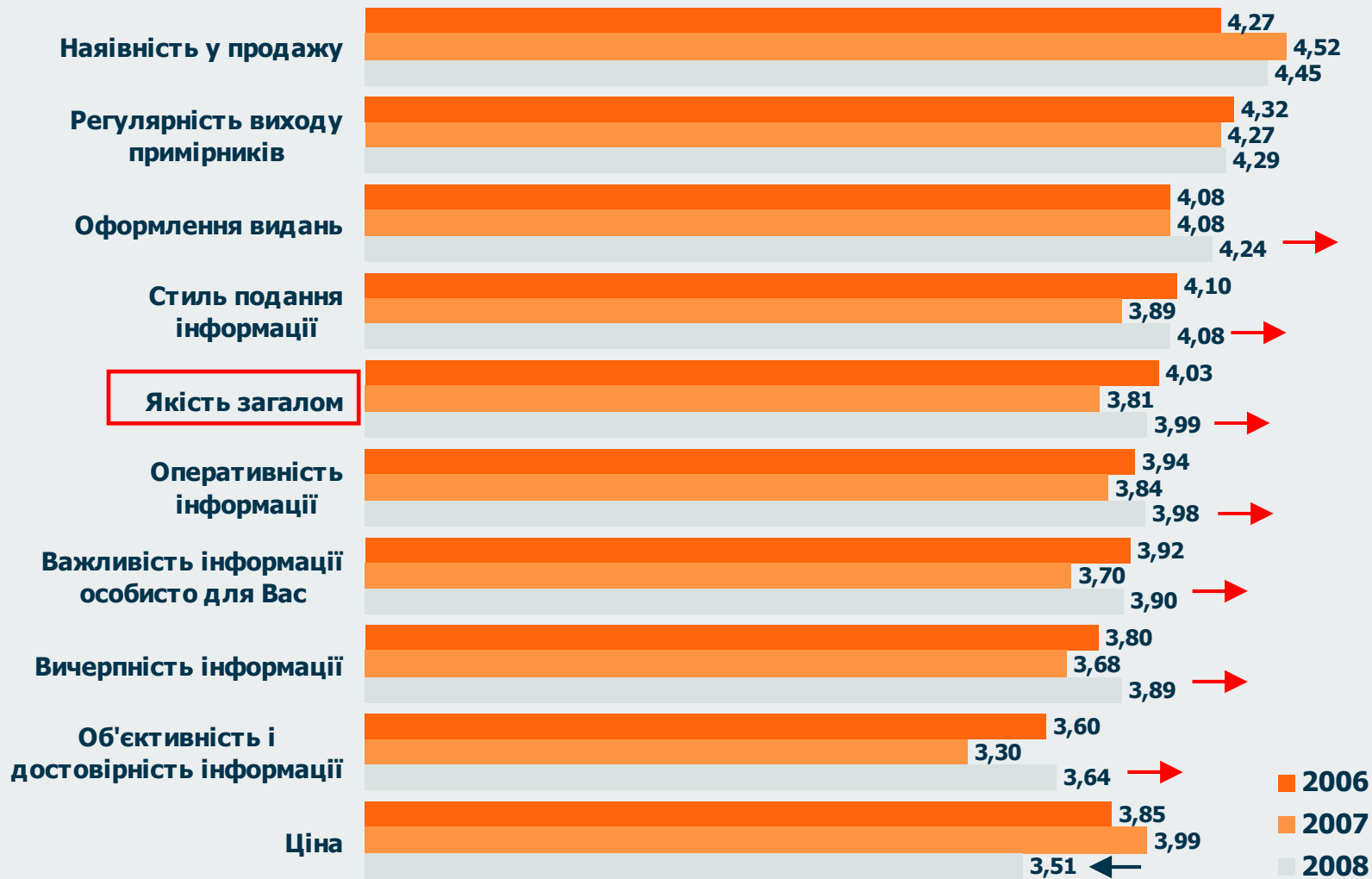


Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Середні величини

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

21



■ 2006
■ 2007
■ 2008

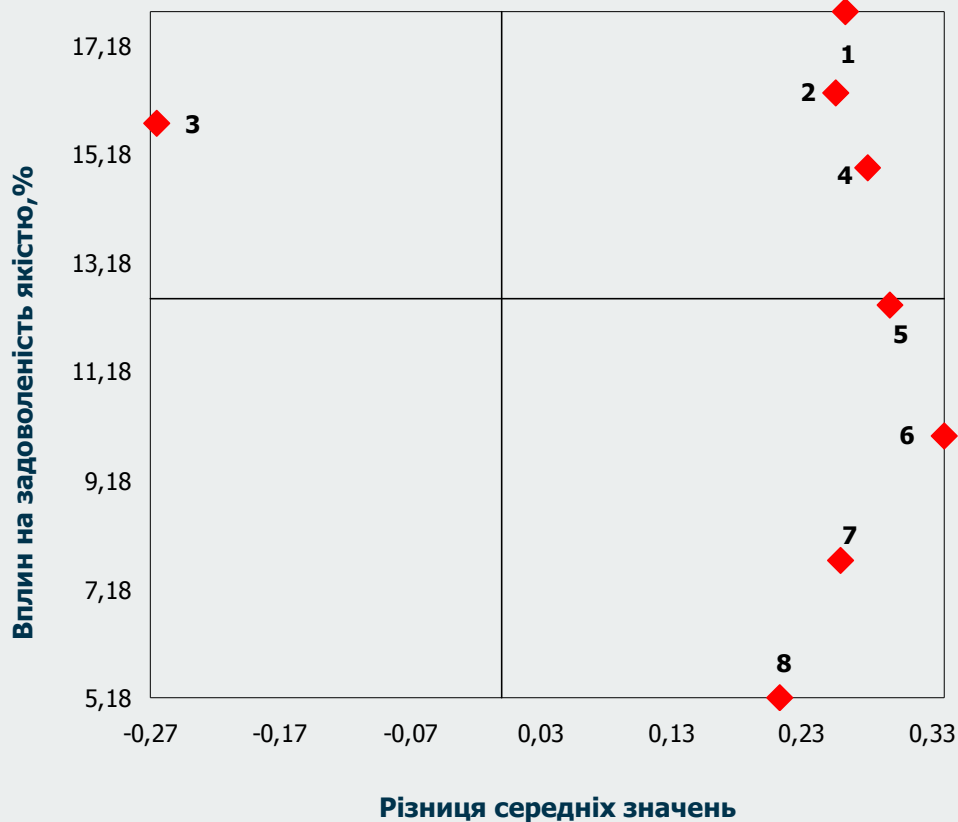
GfK

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

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

22

**Головні
недоліки**
3 – Ціна



Головні переваги

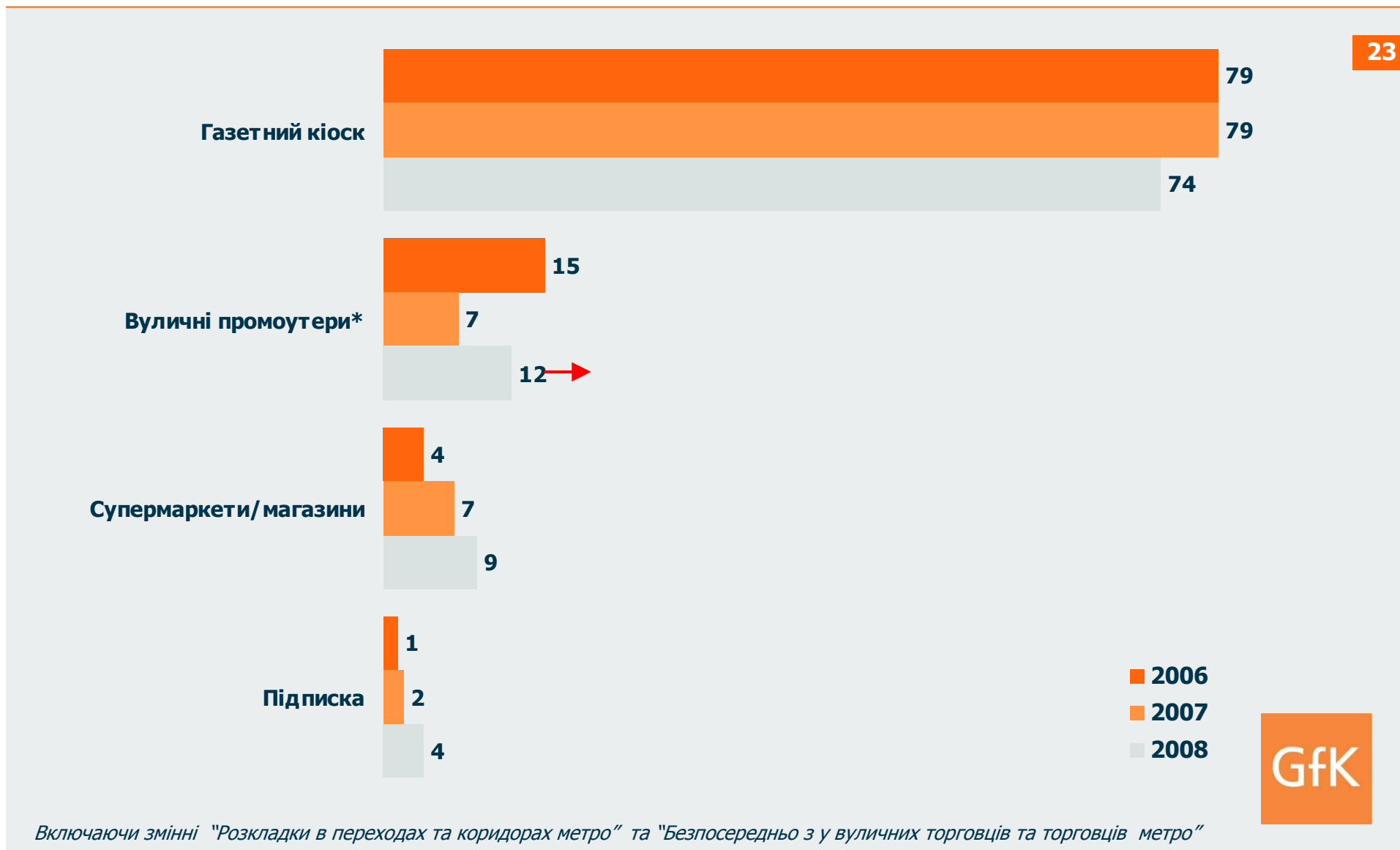
- 1 – Оформлення видань
- 2 – Вичерпність інформації
- 4 – Наявність у продажу

Другорядні переваги

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

Де Ви зазвичай купуєте регіональні періодичні видання?

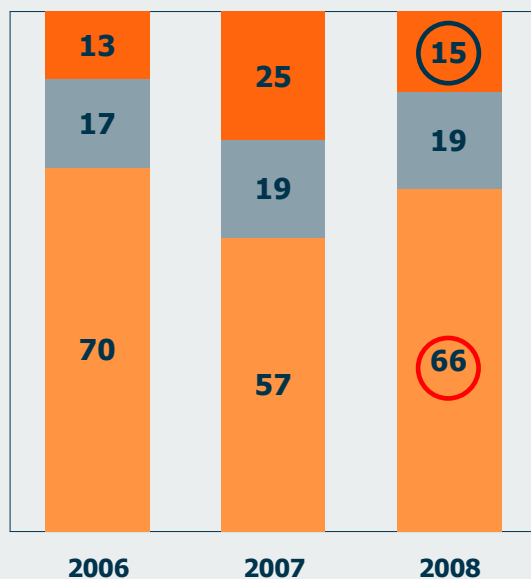
% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=302



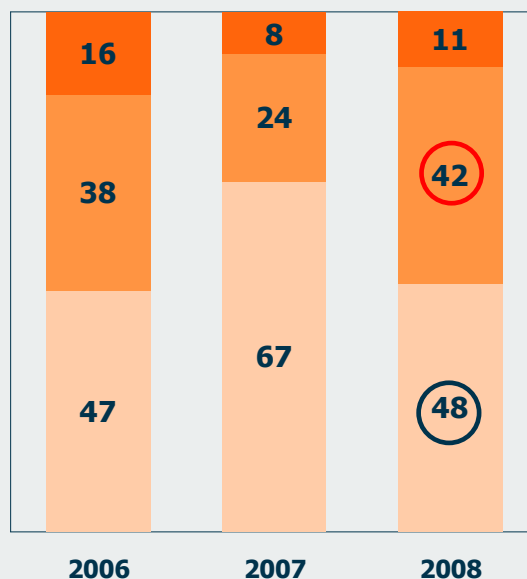
Час і місце читання регіональних періодичних видань

% до читачів регіональної преси, N(2008)=302

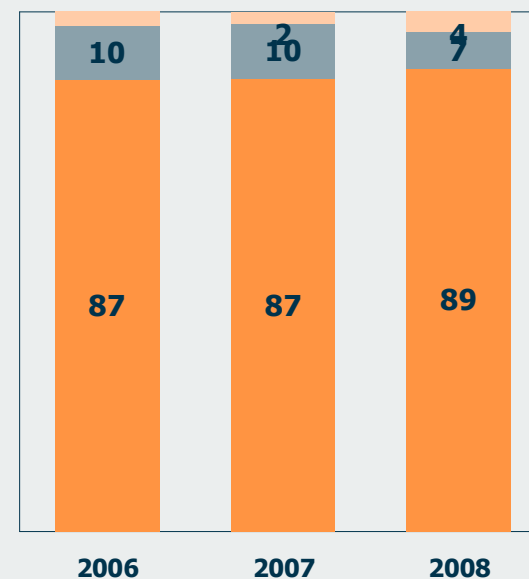
КОЛИ ВИ НАЙЧАСТІШЕ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



В ЯКИЙ ПЕРІОД ДНЯ ВИ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ ЧИТАЄТЕ
РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



■ В будні

■ На вихідних

■ Однаково часто і на вихідних і в будні

■ Ввечері

■ Вдень

■ Вранці

■ Вдома

■ На роботі

■ В транспорті

○ Вказує на те, що ця група значимо більша, ніж в попередній хвилі з більш як 90% можливістю

○ Вказує на те, що ця група значимо менша, ніж в попередній хвилі з більш з 90% можливістю

GfK



Основні результати: Регіональні телевізійні канали

Регіональні телевізійні канали

Перегляд регіональних телевізійних каналів

26

- Порівняно з 2007 у 2008 році відсоток глядачів регіональних телевізійних каналів значно не змінився.
- Новий канал "Телебойман" з'явився з 6% аудиторії в 2008 році.
- Лідером серед місцевих телеканалів залишається "12 канал" з 67% глядачів.
- Тільки 19% глядачів переглядають регіональні телеканали кожен або майже кожен день і 28% - декілька разів на тиждень.

Задоволеність інформаційними програмами регіональних телеканалів

- У 2008 році задоволеність більшістю характеристик регіональних телевізійних каналів не змінилася. Але глядачі менш задоволені *Часом трансляції програм, Стилем подання інформації, Оперативністю інформації та Важливістю інформації особисто для глядача.*
- Порівняно з інформаційними програмами в усіх містах львівські регіональні інформаційні телепрограми **не мають основних та другорядних переваг.**
- **Основними недоліками** львівських регіональних інформаційних телепрограм є *Технічна доступність, Оформлення програм та Важливість інформації особисто для глядача.*
- **Другорядними перевагами** можна назвати *Стиль подання інформації, Вичерпність та Оперативність інформації, Час трансляції програм та Об'єктивність та достовірність інформації.*

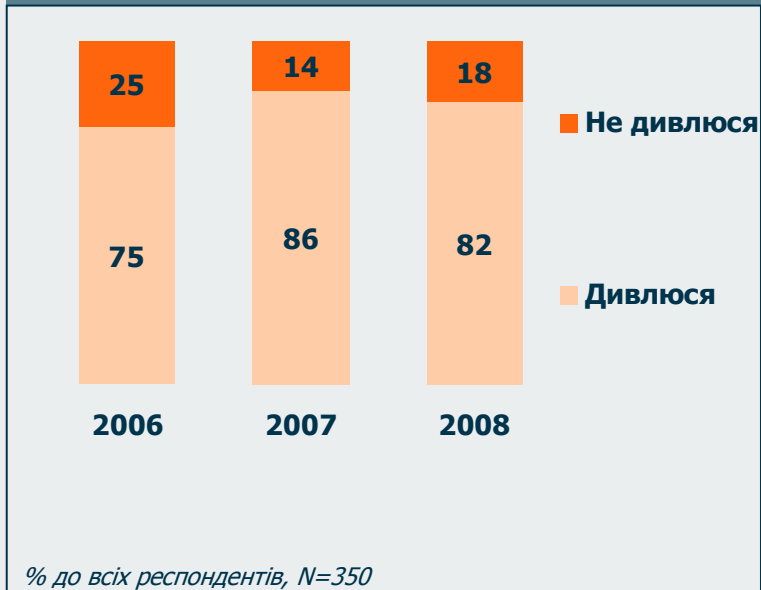
Причини чому не дивляться регіональні телеканали

- В основному люди не дивляться регіональні телеканали у Львові, бо не вистачає інформації цікавої для них (68%). 21% не дивляться через технічні проблеми трансляції.

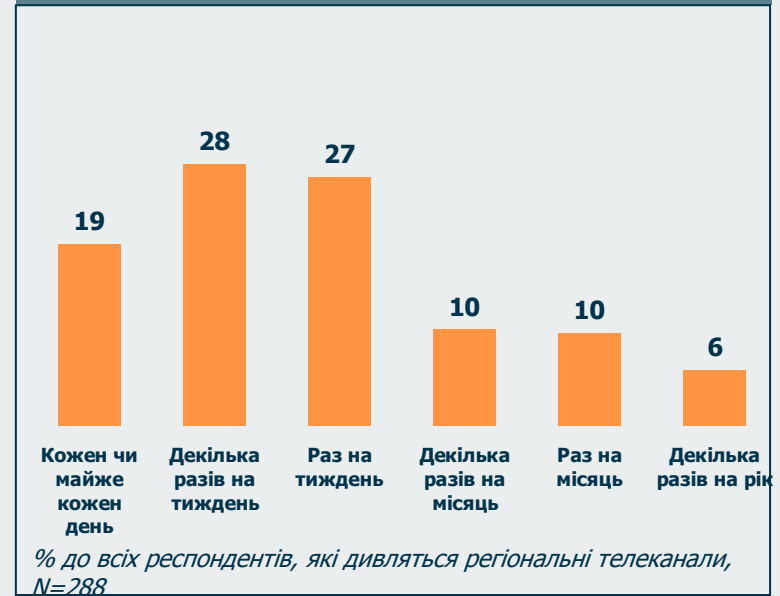
Перегляд регіонального телебачення

27

ПЕРЕГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ



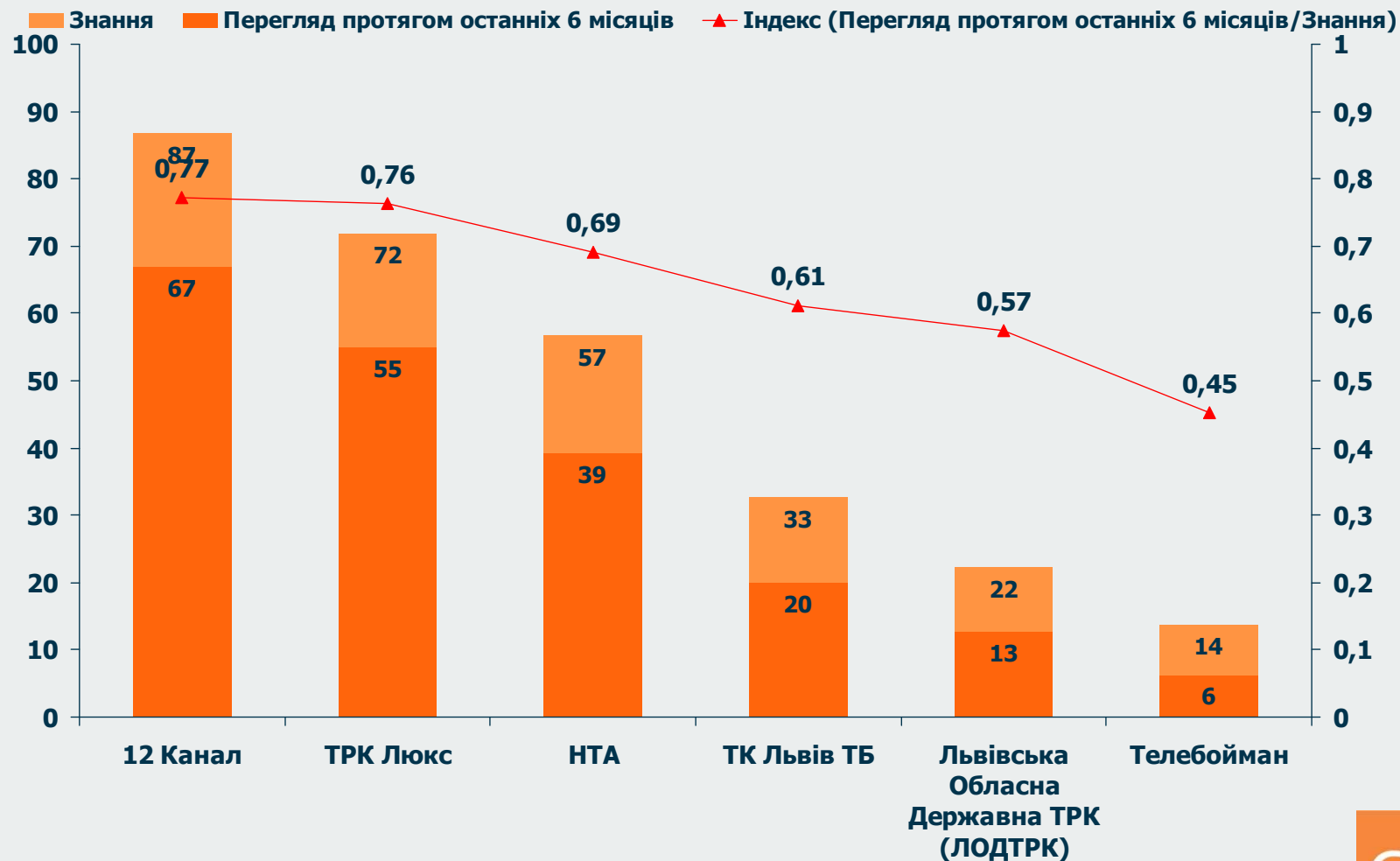
ЧАСТОТА ПЕРЕГЛЯДУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ (2008)



- Вказує на те, що ця група значимо більша, ніж в попередній хвилі з більш як 90% можливістю
- Вказує на те, що ця група значимо менша, ніж в попередній хвилі з більш як 90% можливістю

Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів (2008)

% до всіх респондентів, N=350

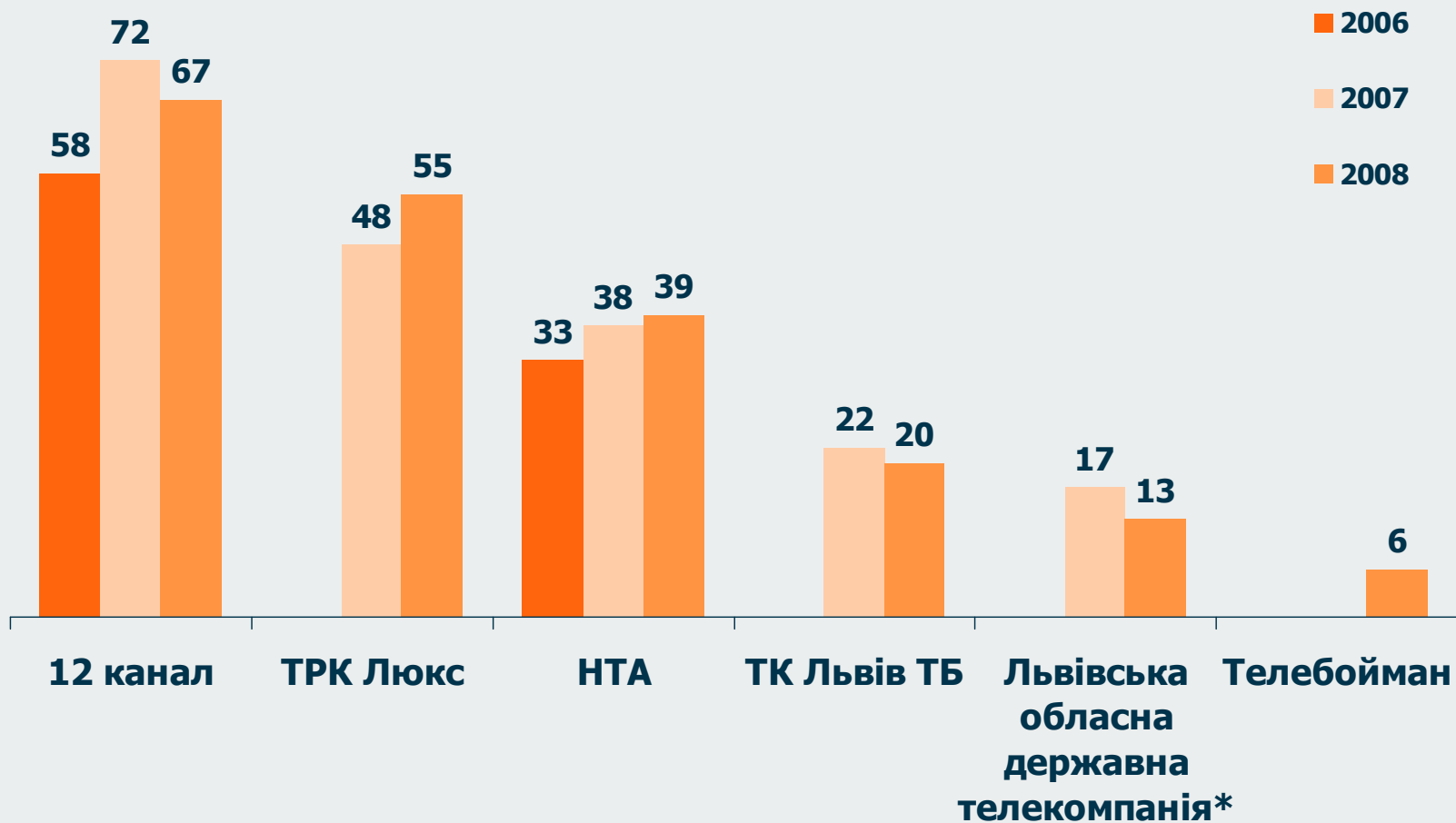


28

Перегляд регіональних телевізійних каналів впродовж останніх 6 місяців

% до респондентів, які дивляться регіональні телеканали останні 6 місяців, N=288

29



GfK

*В 2005 і 2007 роках респондентів опитували про 12 канал і Львівську обласну державну телекомпанію як про один канал

Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм

Середні величини

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

30



■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

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

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

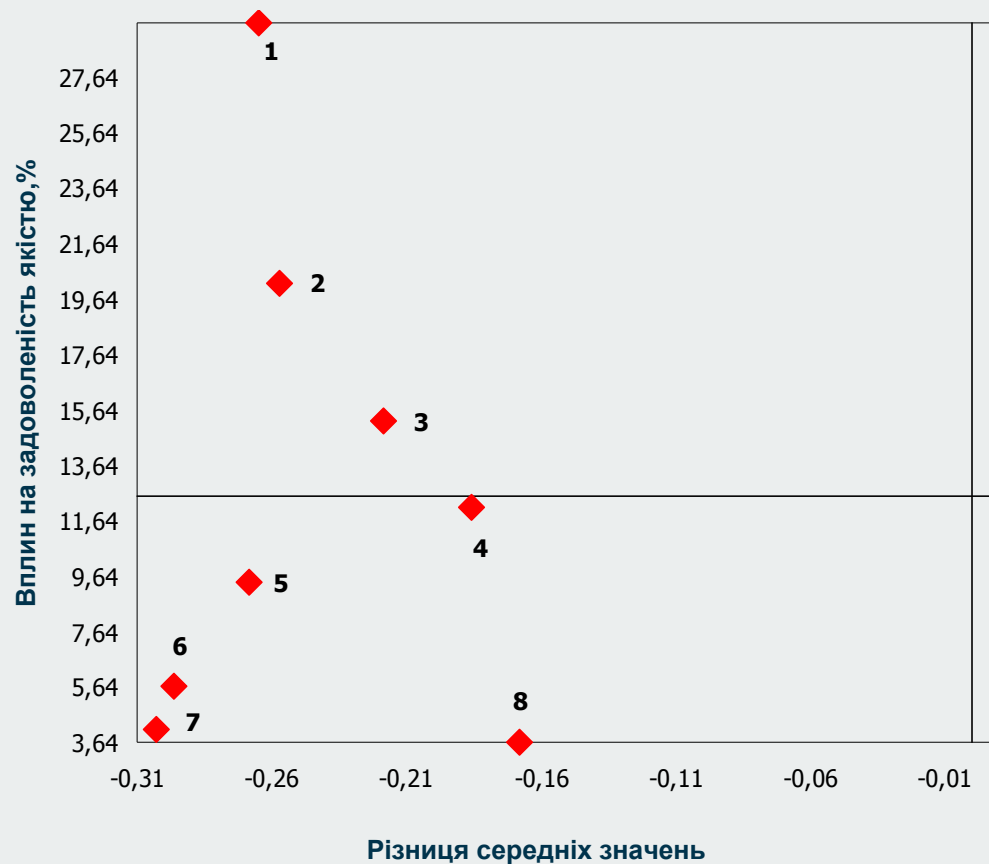
31

Головні недоліки

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

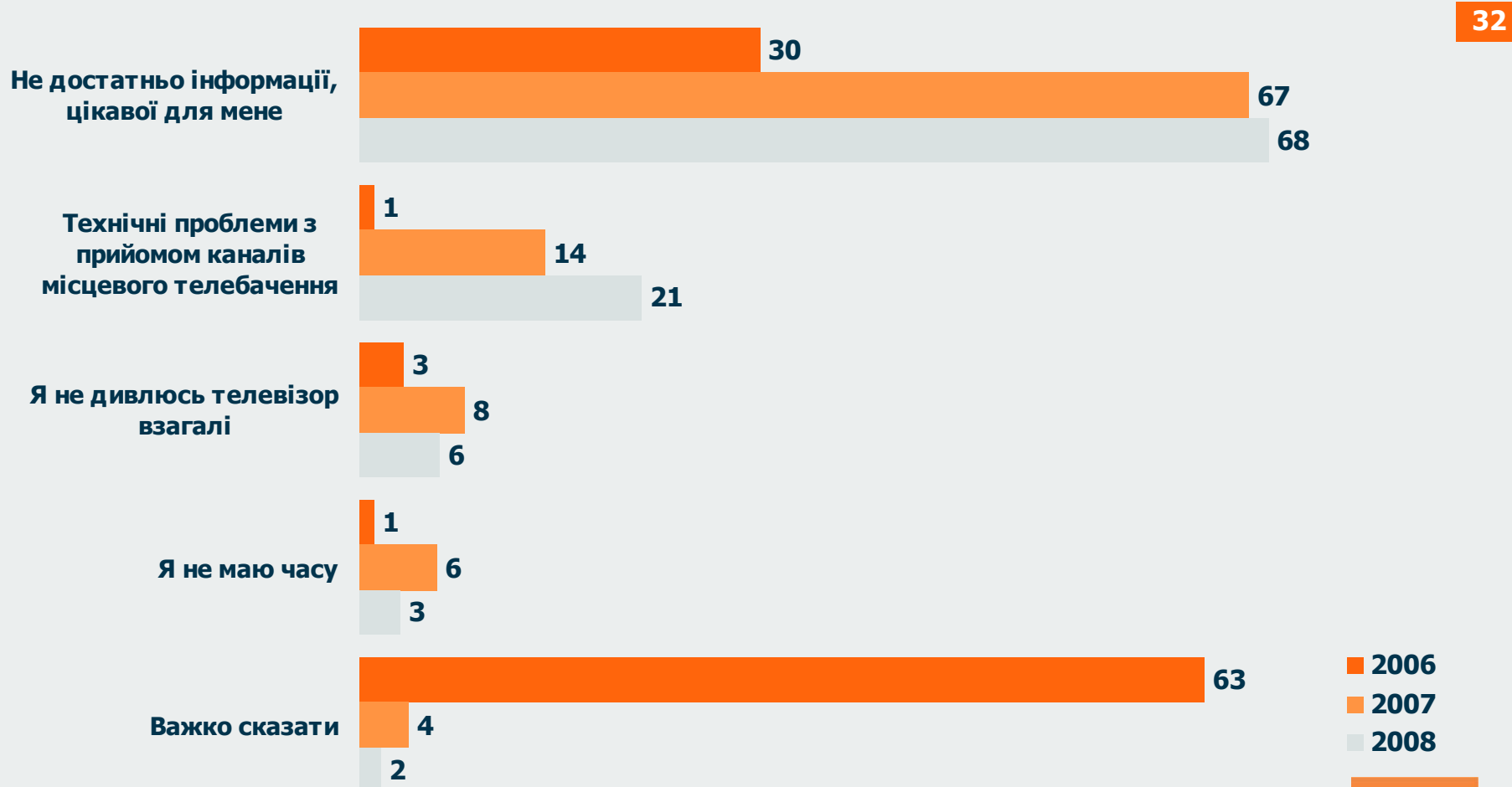
Другорядні недоліки

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



Чому Ви не дивитесь регіональне телебачення?

% до всіх неглядачів регіонального телебачення, (N=62)



6 Основні результати: регіональні радіостанції

Регіональні радіостанції

Слухання регіональних радіостанцій

- У порівнянні з 2007 в 2008 кількість слухачів регіональних радіо у Львові незначимо зменшилась (з 79% в 2007 до 71% в 2008), так як значно зменшилася аудиторія "Люкс ФМ" з 61% в 2007 до 49% в 2008.
- Найсуттєвіше зростання аудиторії в 2008 має "Львівське обласне радіо" на 15% (з 11% до 26%). Радіо "Незалежність" покращила рейтинг на 7% та має 24% слухачів у 2008 році. Проте перше місце і досі належить "Люкс ФМ", хоча "Львівська хвиля" з рейтингом 45% не на багато відстає від лідера.
- 28% слухачів слухають регіональні радіостанції кожен або майже кожен день і 22% слухають їх декілька разів на тиждень.

34

Задоволеність інформаційними програмами регіональних радіостанцій

- Задоволеність більшістю характеристик інформаційних програм на регіональних радіостанціях зросла. Найбільший рівень задоволеності отримала характеристика *Оформлення матеріалів*, а найнижчий рівень задоволеності має *Оперативність подачі інформації*.
- **Основними перевагами** львівських регіональних інформаційних радіопрограм є *Оформлення матеріалів*, *Вичерпність інформації* та *Стиль подання інформації*.
- **Другорядними перевагами** є *Оперативність подання інформації*, *Об'єктивність та достовірність інформації*, *Актуальність та Регулярність трансляцій*.
- Порівняно з усіма містами львівські регіональні радіостанції **не мають ані основних недоліків, ані другорядних**.

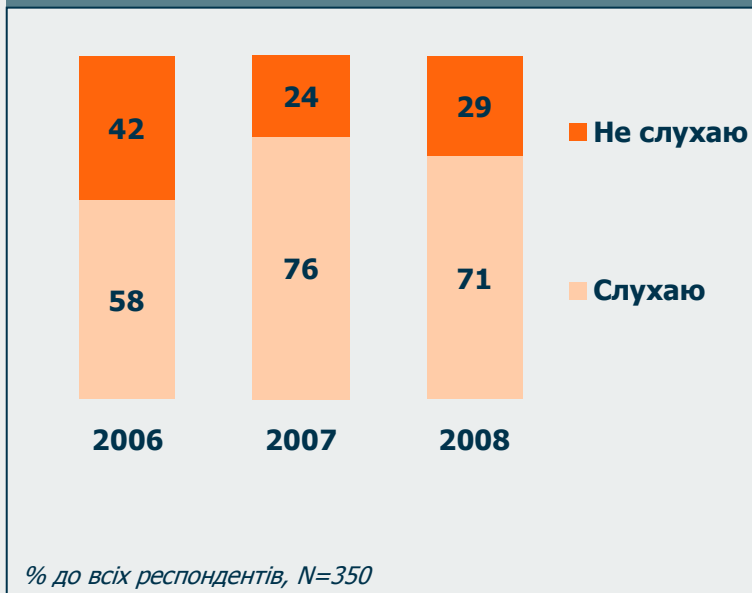
Причини не слухання регіональних радіостанцій

- Основна причина не слухання регіональних радіостанцій полягає у тому, що респонденти взагалі не слухають радіо (67%), а друга причина – нестача цікавої для респондентів інформації зменшилася у 2008 році на 11% (з 28% в 2007 до 17% в 2008). Кількість респондентів, які не мають часу слухати радіо, значно зменшилася з 6% до 1%.

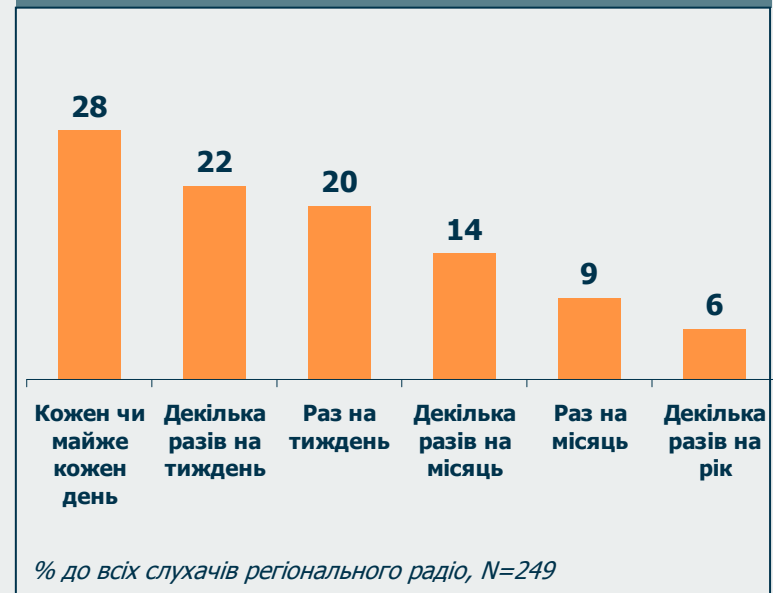
Слухання регіональних радіостанцій

35

СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ



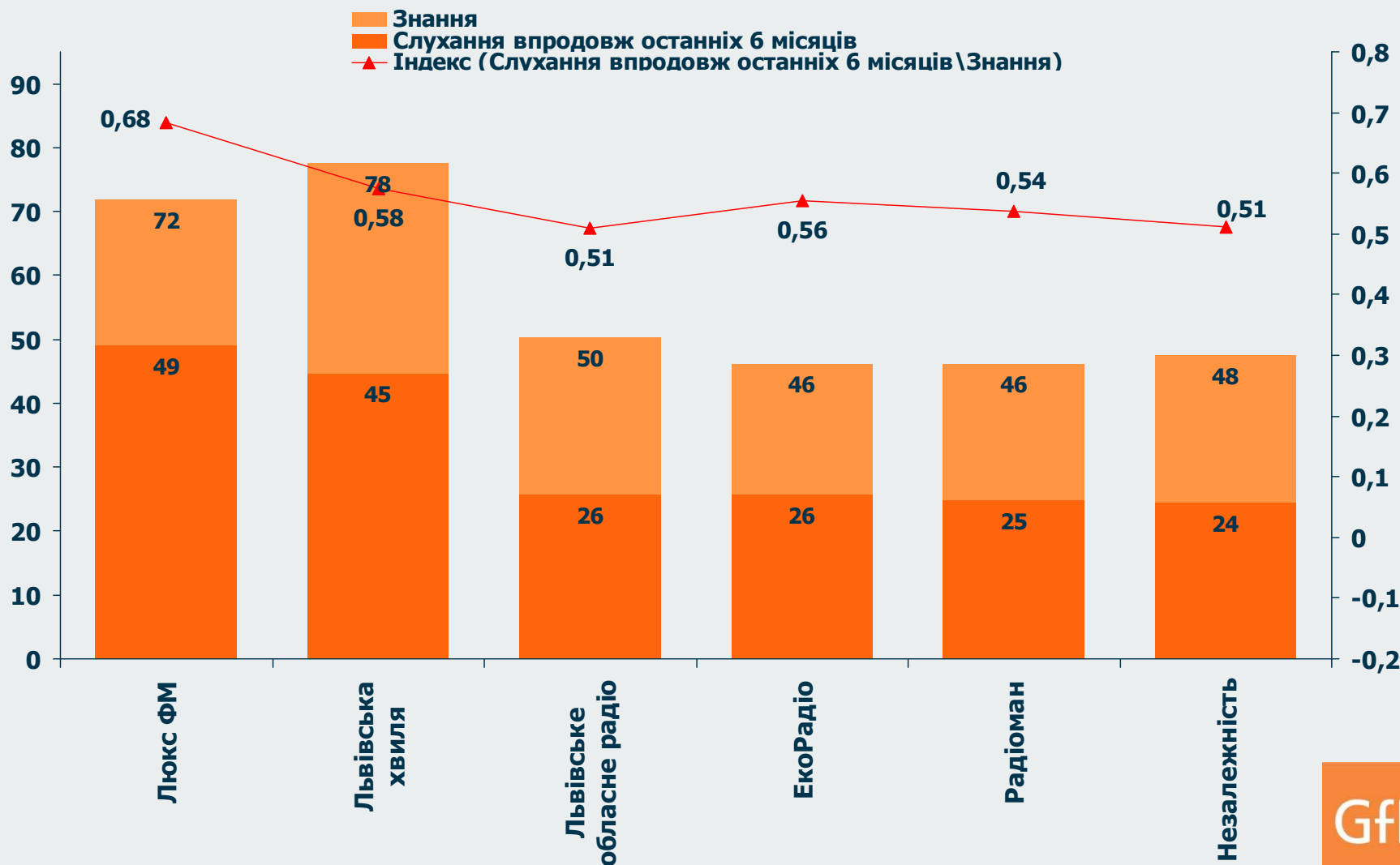
СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ (2008 РІК)



- Вказує на те, що ця група значимо більша, ніж в попередній хвилі з більш як 90% можливістю
- Вказує на те, що ця група значимо менша, ніж в попередній хвилі з більш з 90% можливістю

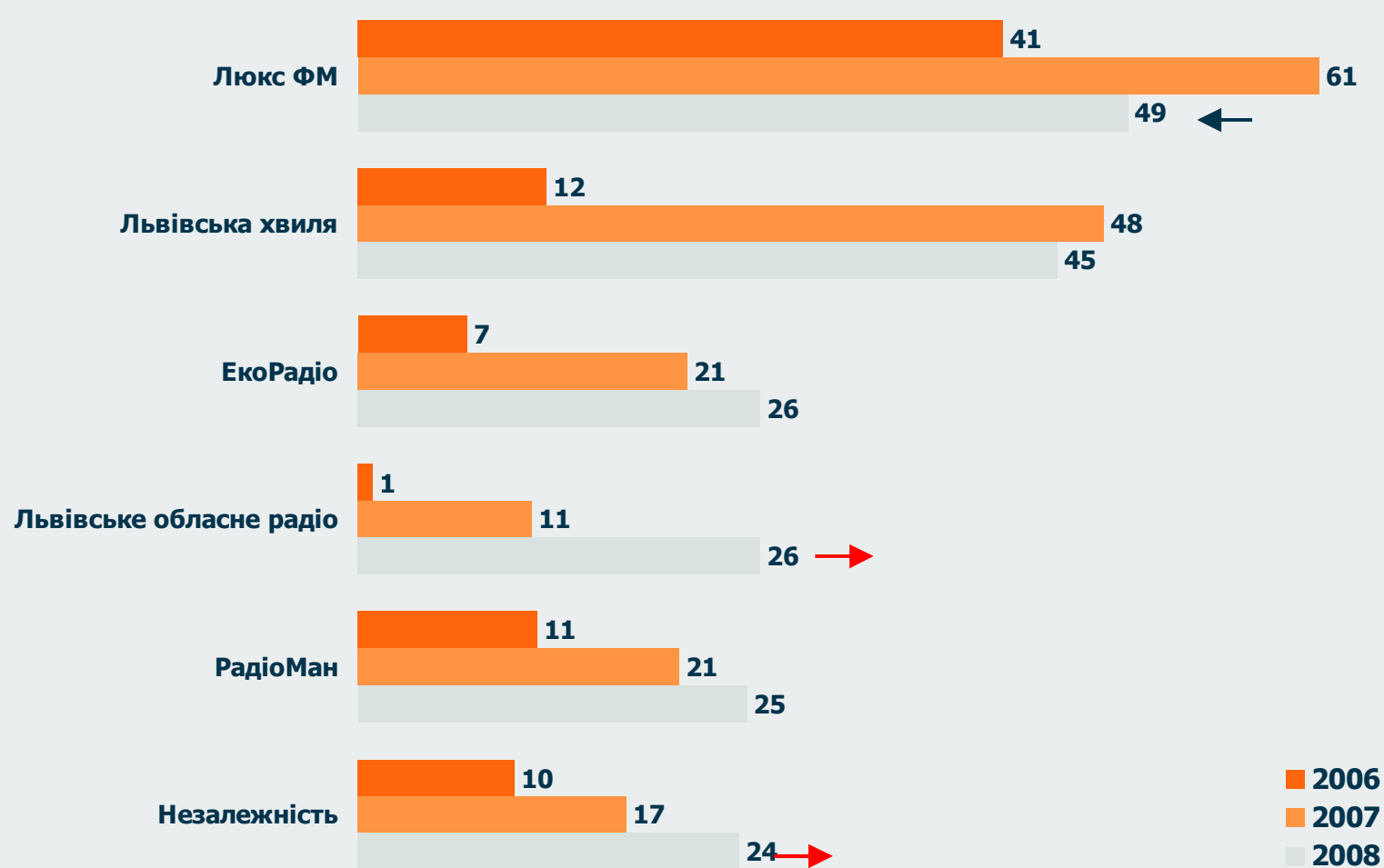
Знання та слухання регіональних радіостанцій (2008)

% до всіх респондентів, N=350



Слухання регіональних радіостанцій впродовж останніх 6 місяців

% до слухачів регіональних радіостанцій за останні 6 місяців, N(2008)=249



37

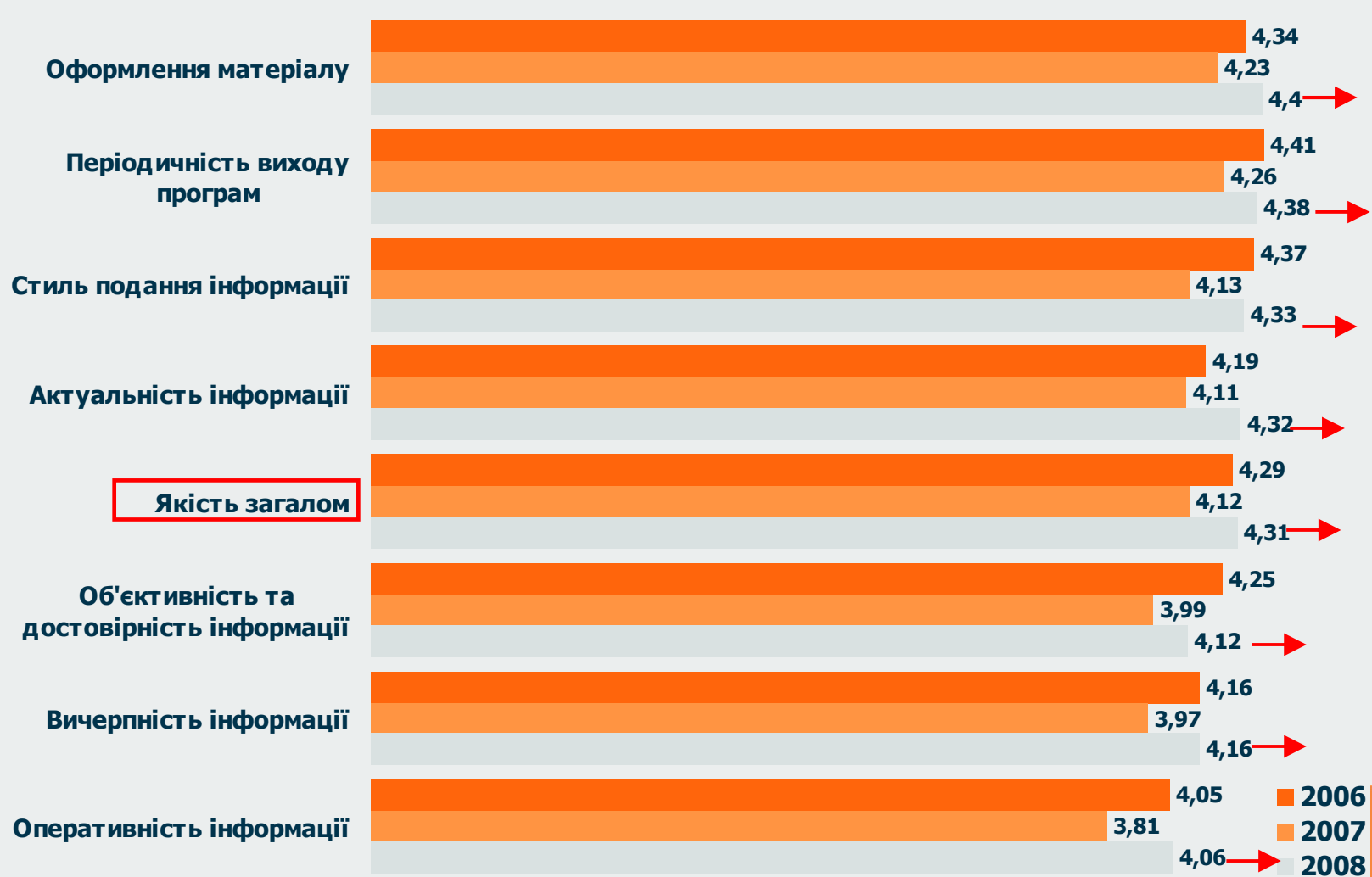
■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

Задоволеність характеристиками регіональних інформаційних радіопрограм

Середні величини

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



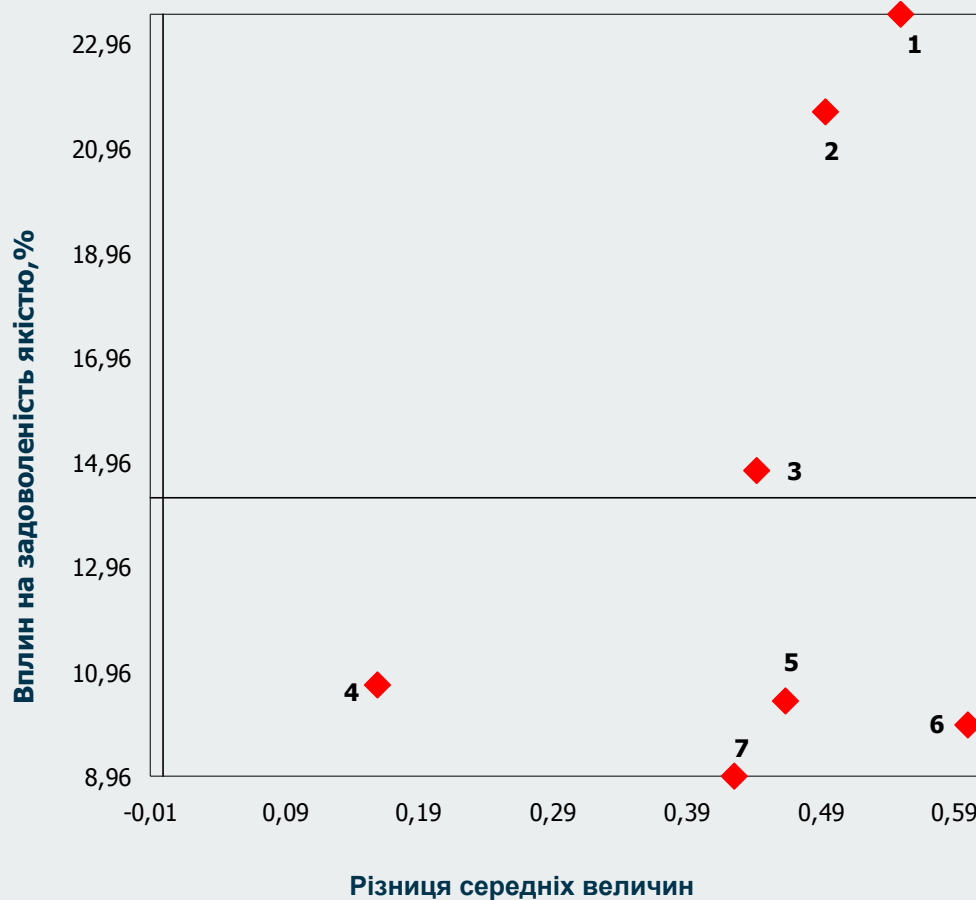
38

GfK

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

Позитивна різниця означає, що в Києві люди більше задоволені відповідними характеристиками, ніж у інших містах

39



Головні переваги

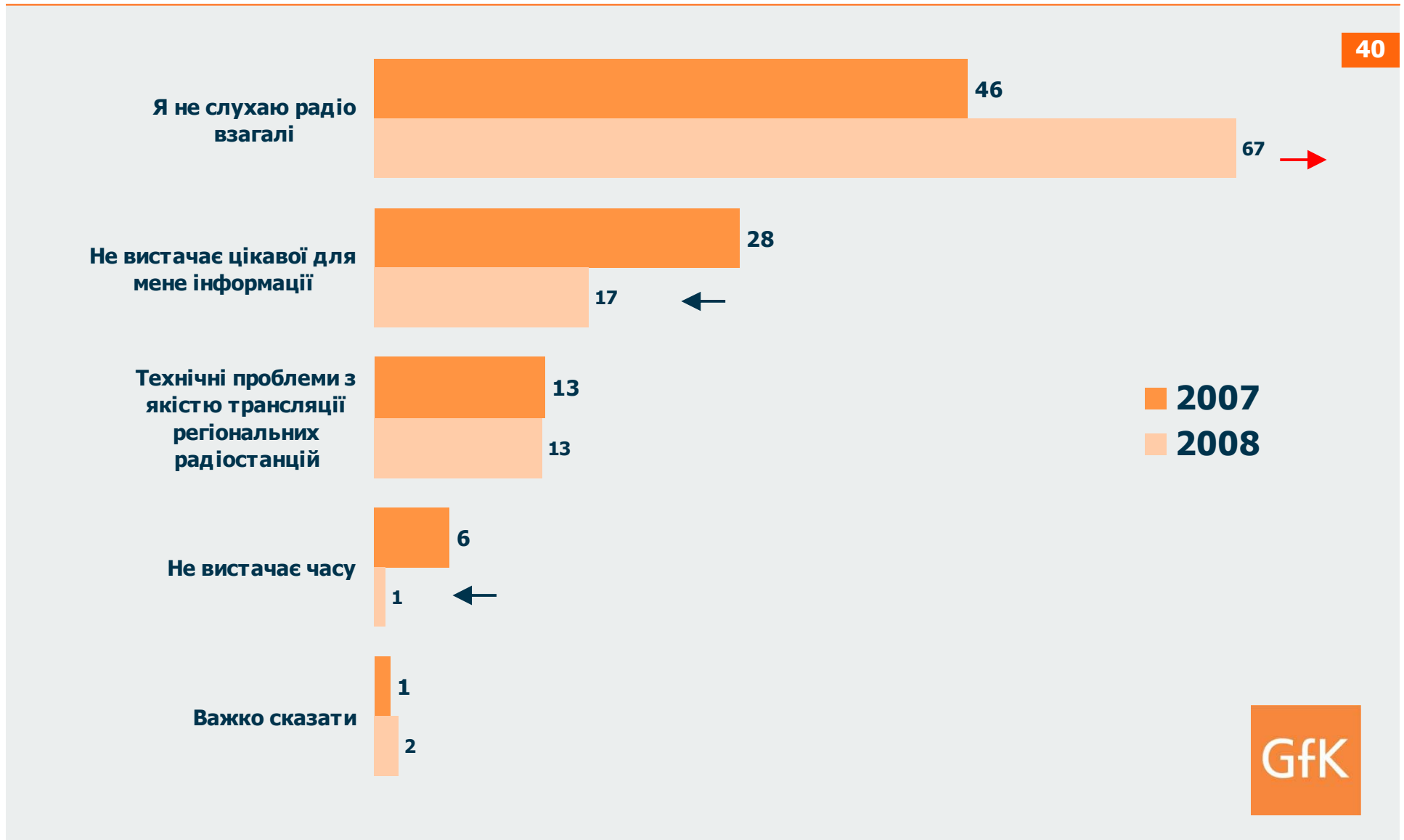
- 1 – Оформлення матеріалу
- 2 – Вичерпність інформації
- 3 – Стиль подання інформації

Другорядні переваги

- 4 – Оперативність інформації
- 5 – Об'єктивність і достовірність інформації
- 6 – Providing up-to-date information
- 7 – Регулярність трансляцій

Чому Ви не слухаєте регіональне радіо?

% до всіх не слухачів регіонального радіо, N (2008) = 101



7

Основні результати: Теми, висвітлені в регіональній пресі

Оцінка типів інформації:

Матриця оцінки пріоритетів

42

Нестача інформації	A <i>Другорядні типи інформації</i> можна заощадити на другорядній інформації	B <i>Основні типи інформації</i> потребують постійної підтримки на високому рівні
	C <i>Ніші</i> потребують найменшої уваги	D <i>Розриви</i> 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)

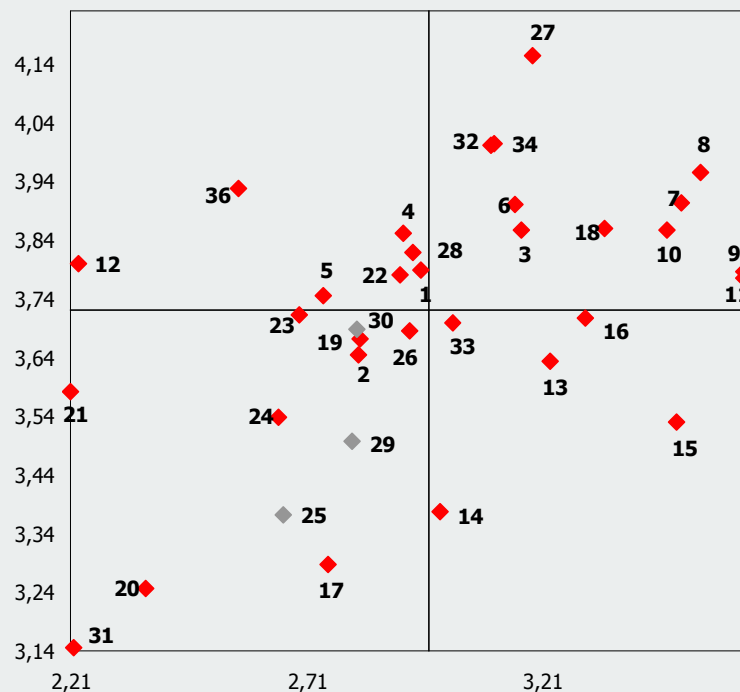
- 14 - Транспорт і комунальне господарство області/міста
- 15 - Проблеми армії / Військова справа
- 16 - Робота правоохоронних органів
- 17 - Соціальний захист / Пенсійне забезпечення
- 18 - Листи / думки читачів/слухачів/глядачів
- 19 - Історія області/міста
- 20 - Історія
- 21 - Неймовірні події/факти
- 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

43

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

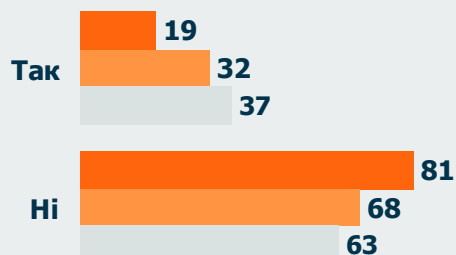
45

- У 2008 році кількість користувачів Інтернетом у Львові значно не змінилася (32% в 2007 і 37% в 2008).
- Частота користування Інтернетом теж значно не змінилася. 50% користуються ним раз чи кілька разів на тиждень.
- На 7% більше респондентів користуються Інтернетом в університетах/інститутах.
- Пріоритети львівських Інтернет-користувачів щодо друкованих та електронних версій газет та журналів залишаються такими ж. Приблизно 46% надають перевагу виключно чи більш ймовірно друкованій версії і 54% обрали б Інтернет-версію.

Користування Інтернет

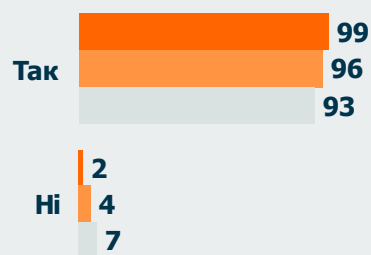
46

ЧИ КОРИСТУЄТЬСЯ ВИ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх респондентів, N=370

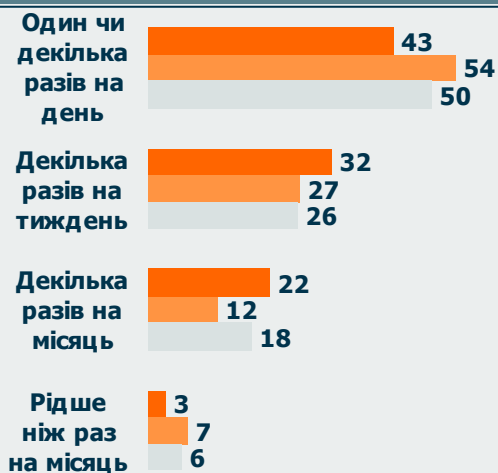
ЧИ КОРИСТУВАЛИСЯ ВИ ІНТЕРНЕТОМ ХОЧА Б ОДИН РАЗ ВПРОДОВЖ ОСТАННІХ 4 ТИЖНІВ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=129



ЯК ЧАСТО ОСОБИСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх Інтернет користувачів. N=129

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх Інтернет користувачів. N=129

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



% до всіх Інтернет користувачів. N=129

GfK



Опис вибірки

Демографія: пояснення

Категорії освіти

48

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.

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)

%до всіх респондентів, N=350

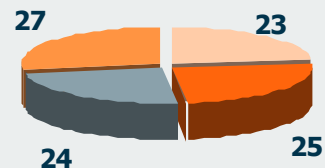
49

СТАТЬ



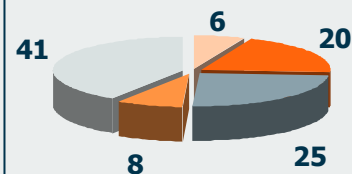
■ Чоловіча ■ Жіноча

ВІК



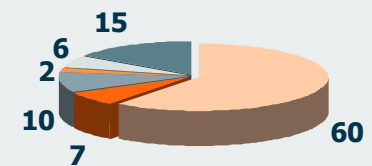
■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-55

ОБСІТА



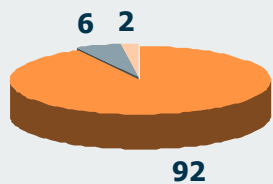
■ Незакінчена середня освіта
■ Середня освіта
■ Середня спеціальна освіта
■ Незакінчена вища освіта
■ Вища освіта

ЗАЙНЯТІСТЬ



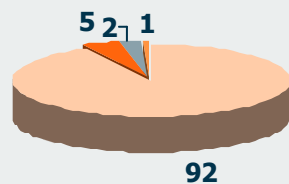
■ Зайнятий
■ Самозайнятий
■ Тимчасово незайнятий
■ Пенсіонер
■ Займається домогосподарством
■ Студент/учень

НАЦІОНАЛЬНІСТЬ



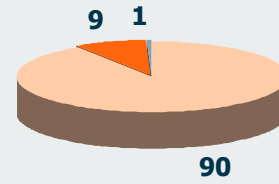
■ Українська ■ Російська
■ Інша

МОВА СПІЛКУВАННЯ НА РОБОТІ



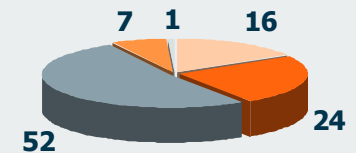
■ Українська ■ Російська
■ Інша ■ Не працюю

МОВА СПІЛКУВАННЯ ВДОМА



■ Українська ■ Російська
■ Інша

РІВЕНЬ ДОБРОБУТУ



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

GfK