

Регіональні ЗМІ в Україні: Рівне 2008

Звіт про дослідження
Відділ досліджень ринків послуг
ГФК Україна
Червень 2008

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



U-Media Project
Internews Network in Ukraine



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

GfK

Зміст

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: Рівне та всі міста (за 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: Рівне 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: Рівне та всі міста (2008 рік)

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%**.
- **Розробка 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 — 10 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 Рівному: основні результати

Читання/перегляд/слухання ЗМІ в 2008

6

- Читання газет, перегляд телеканалів та слухання радіо у Рівному значно не змінилися 2008 році у порівнянні з 2007 як на національному, так і на місцевому рівнях.
- **Національна преса має 57% читачів, національне телебачення має 97% глядачів і 79% людей слухають національне радіо в Рівному.**

Рівень задоволеності регіональними ЗМІ в 2008

- У 2008 році порівняно з 2007 **рівень задоволеності якістю інформаційних програм на місцевому радіо дещо знизився.**
- **Загалом рівень задоволеності місцевою пресою та інформаційними програмами місцевого телебачення не змінився за 2008 рік.**

Основні теми місцевого медіа 2008

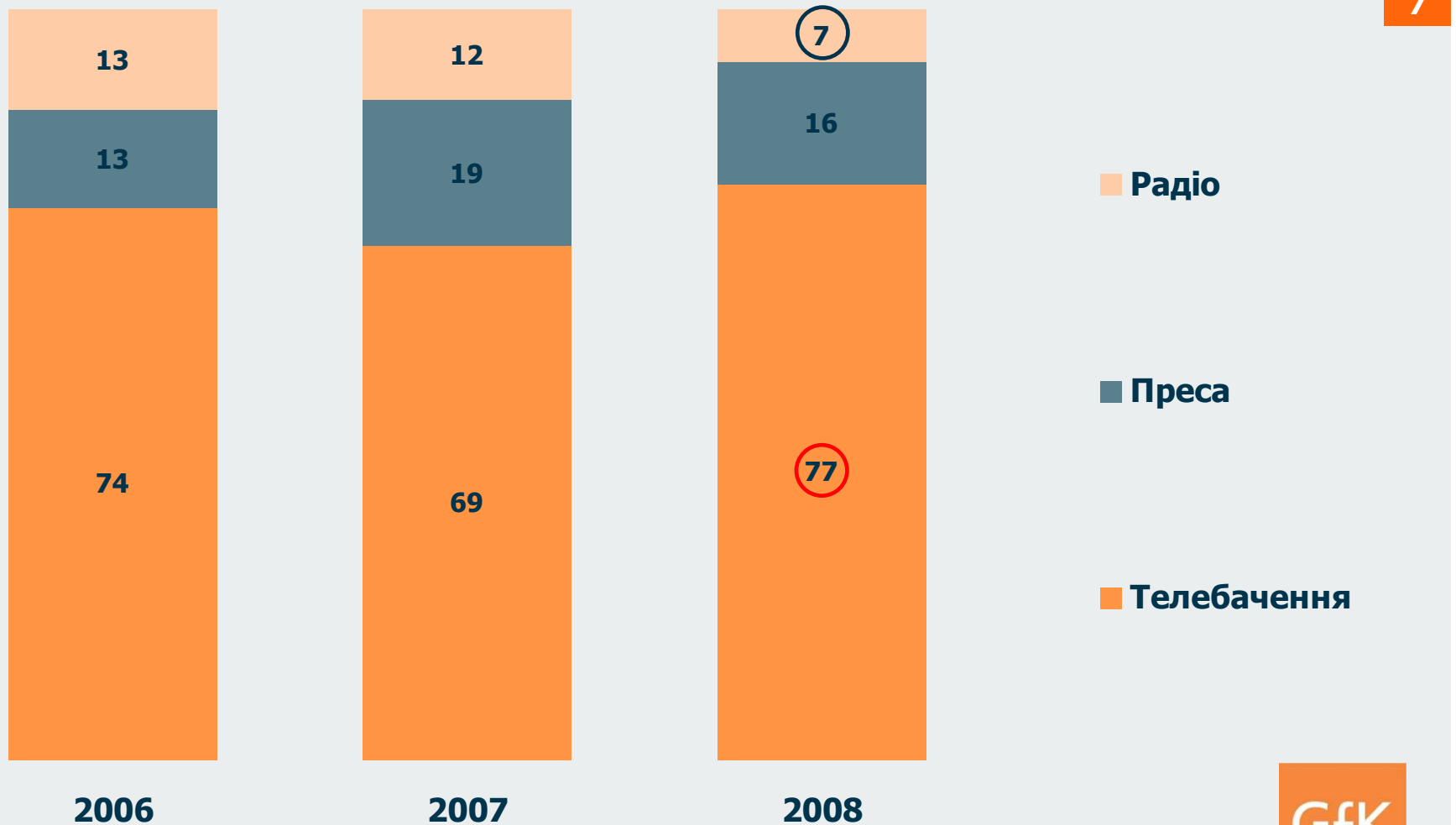
- Оцінка тем, цікавих для користувачів ЗМІ, показала, що у місцевих медіа інформаційне наповнення погіршилося після тенденції попереднього року майже повністю забезпечити споживачів потрібною інформацією.
- У 2008 році з'явилося 8 нових тем, які цікаві, але були недостатньо висвітлені. Більшість з них стосуються проблем підприємництва і бізнесу, а саме **Оподаткування, Банки/ Страхування, Аналіз нових законів, Інформація про різні галузі промисловості, Проблеми сільського господарства.** Інші ж теми пов'язані з соціальними проблемами: **Проблеми армії / Військова справа, Церква/релігія Наука та техніка.**

Преференції щодо певних типів інформаційних джерел в 2008

- У 2008 році кількість людей, які б хотіли отримувати інформацію з телебачення, зросла за рахунок зменшення кількості тих, хто хотів би отримувати інформацію з радіо.

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

% до всіх респондентів, N=250





Національні ЗМІ

Національні ЗМІ

Найбільш популярні національні щоденні видання

- Порівняно з 2007 в 2008 році кількість читачів національних періодичних видань в Рівному значно не змінилася (57% в 2008)
- Найпопулярнішим залишається видання "Факты и комментарии", рівень читання якого зріс з 26% в 2007 до 33% в 2008. "Урядовий кур'єр", "Комсомольська правда в Україні" та "Голос України" мають близько 10% читачів, а інші видання не досягли більше ніж 9% читачів.
- У Рівному такий же рівень читання національної преси, як і загалом у всіх містах.
- Жителів Рівного відрізняє від жителів решти міст нижчі уподобання для таких видань, як "Сегодня" (на 13% менше читачів у Рівному), "Комсомольська правда в Україні" (на 8% менше), "Киевские ведомости" (на 4% менше), "Вечерние вести" (на 7% менше) і "Украинский футбол" (на 4% менше). Проте у Рівному популярніші порівняно з усіма містами такі видання: "Факты и комментарии" (+5%), "Урядовий кур'єр" (+3%), "Експрес об'ява" (+4%) та "Голос України" (+3%).

9

Найпопулярніші національні телеканали

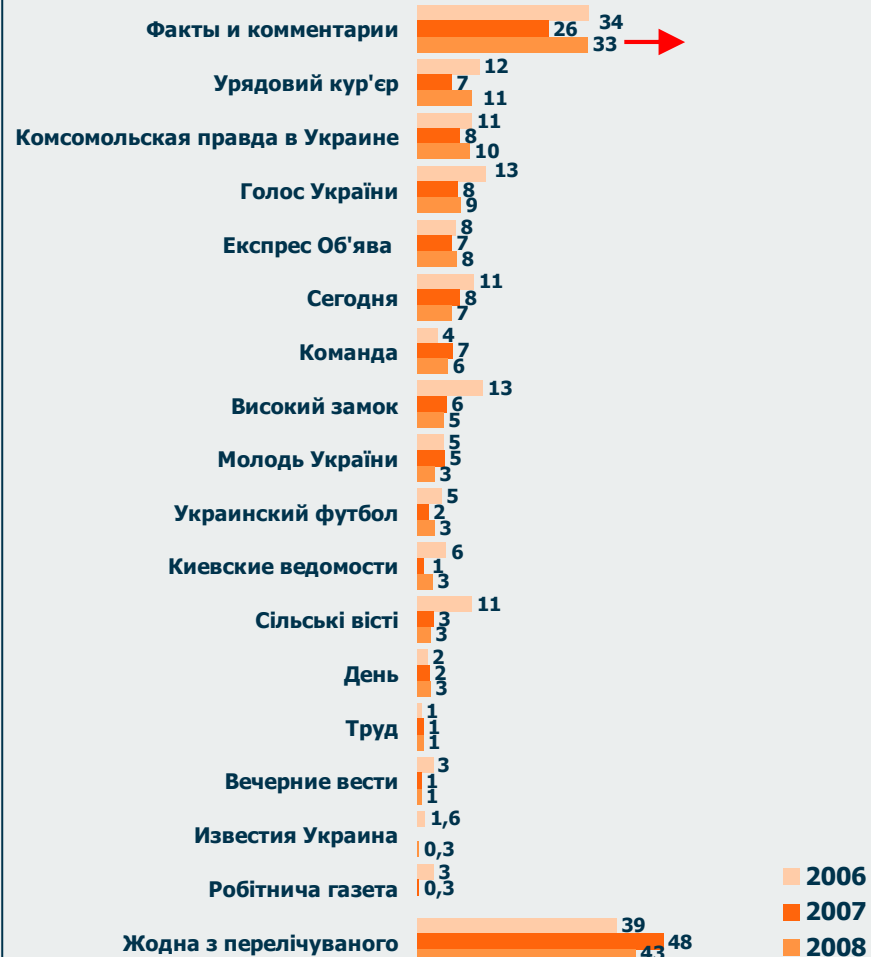
- Порівняно з 2007 в 2008 загальний рівень перегляду найпопулярніших національних телеканалів не змінився. Проте змінилися лідери, оскільки у "1+1" та "СТБ" зменшився рівень популярності на 6% і 8% відповідно. Тому у Рівному лідерами серед національних телеканалів стали у 2008 році "Інтер", "1+1" та "Новий".
- "5 канал" втратив значну частину своєї аудиторії з 67% до 57% і зайняв останнє місце після "УТ-1" у списку із восьми каналів.
- Не зважаючи на це, "5 канал" і "УТ-1" популярніші в Рівному у порівнянні з усіх містах, а всі інші канали мають такий же рівень популярності.
- Найчастіше дивляться "1+1" та "Інтер". Близько 80% глядачів дивляться їх щодня або майже щодня. Найменше цікавляться "УТ-1" (51% глядачів приділяють йому увагу щоденно).

Найпопулярніші національні радіостанції

- У 2008 році кількість слухачів популярних національних радіостанцій практично не змінилась (80% в 2007 та 79% в 2008).
- "Хіт ФМ" (49% слухачів у 2008), "Наше Радіо" (46%), "Радіо Мелодія" (41%) залишаються найпопулярнішими серед національних радіостанцій. Кількість слухачів "Радіо Мелодія" зросла на 12% і "Європа плюс" на 4% у 2008 році. Найбільше зменшення аудиторії спостерігається у "Радіо 5" (з 19% в 2007 до 5% в 2008).
- Порівняно з іншими містами в Рівному більше слухають "Хіт ФМ" (на 16% більше), "Наше Радіо" (на 20% більше), "Радіо Мелодія" (на 23% більше), "Перший канал національного радіо" (на 6% більше) і "Радіо 5" (на 3% більше). Порівняно з іншими містами в Рівному меншу популярність мають такі радіостанції як "Русское Радио" (на 19% менше слухачів у Рівному), "Європа Плюс" (на 15% менше), Радіо "Шансон" (на 17% менше), Радіо "Люкс ФМ" (на 13% менше). Всі інші радіостанції також менш популярні у Рівному і загалом рівень популярності національних радіостанцій у Рівному менший ніж у всіх містах.

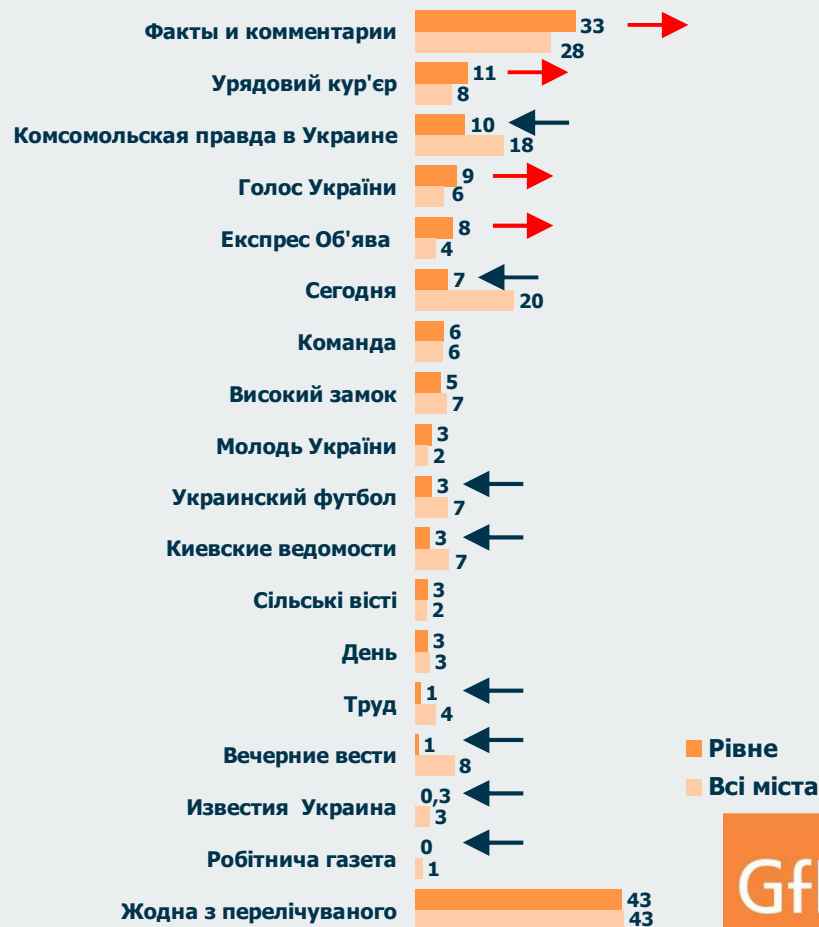
Читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ЧИТАННЯ ВИДАНЬ У 2006-2008 РОКАХ



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

ЧИТАННЯ В РІВНОМУ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



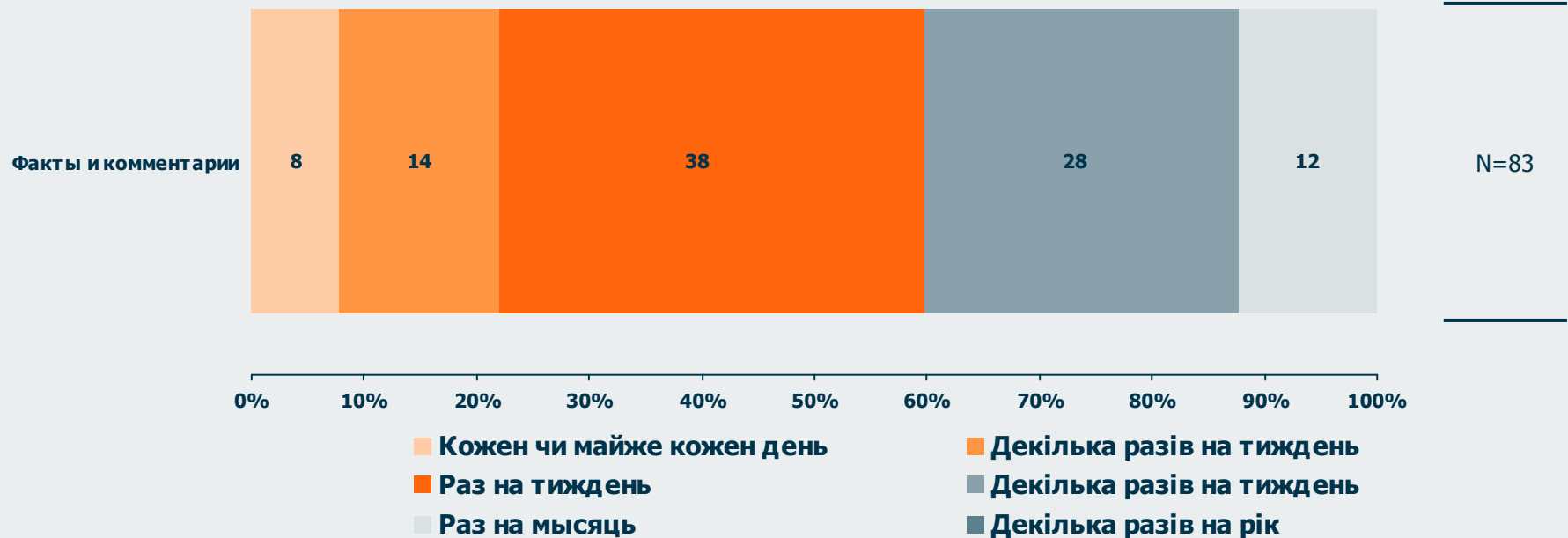
% до всіх респондентів, N(Рівне)=250, N(всі міста)=4450

GfK

Частота читання найпопулярніших національних газет (2008)

% до читачів кожного національного видання

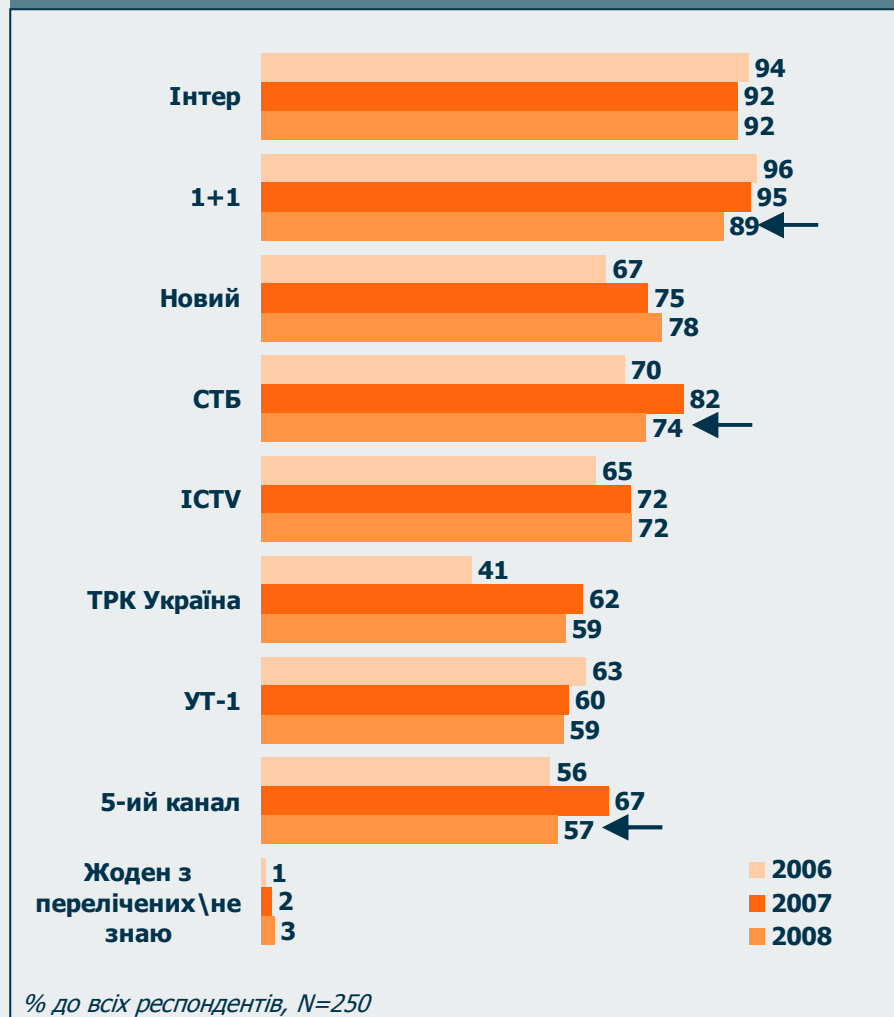
11



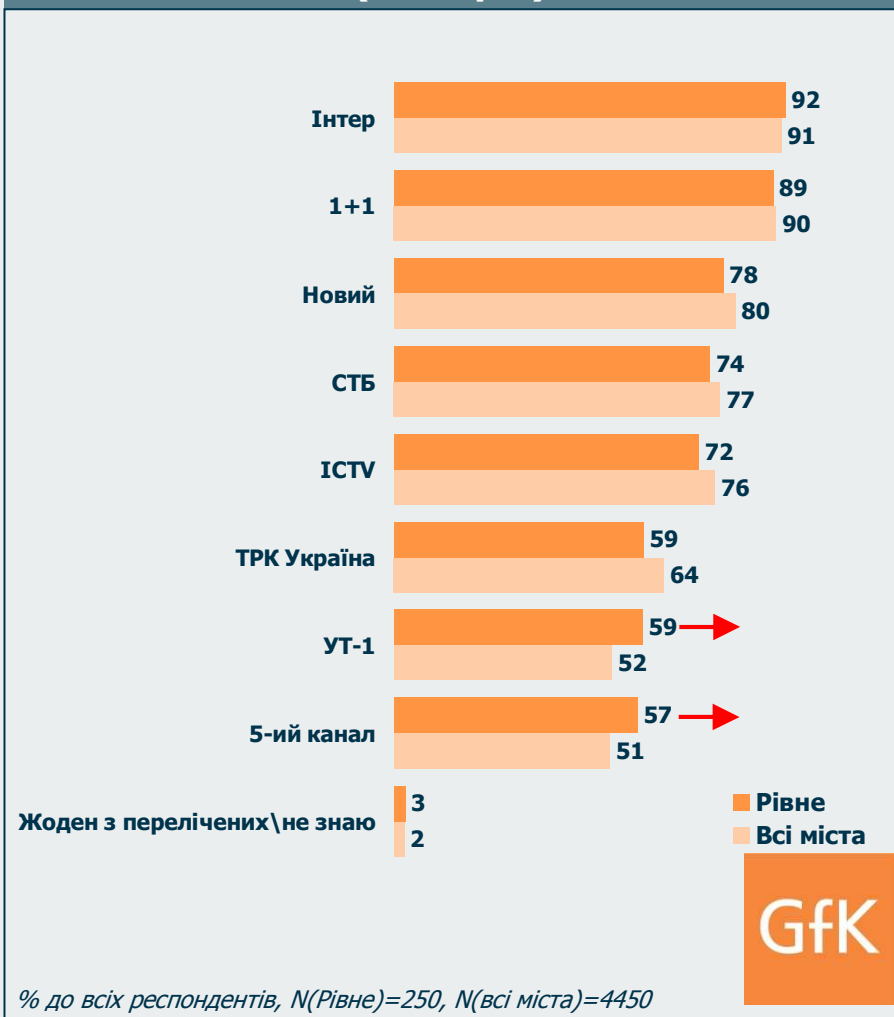
Примітка: Кількість читачів решти видань є замалою для подання детальнішої інформації

Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ПЕРЕГЛЯДУ ТЕЛЕКАНАЛІВ В 2006-2008 РОКАХ

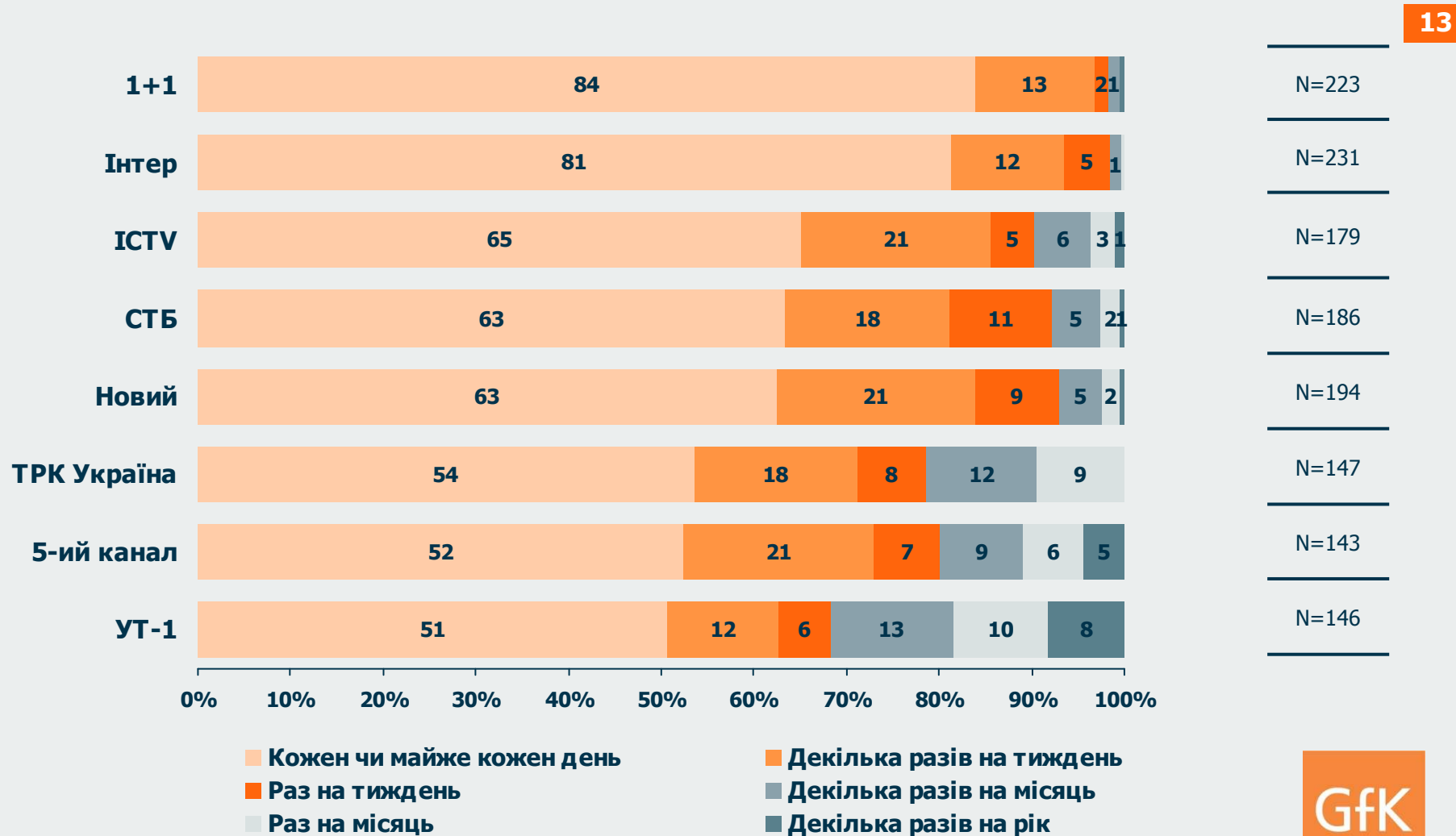


ПЕРЕГЛЯД В РІВНОМУ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



Частота перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів (2008)

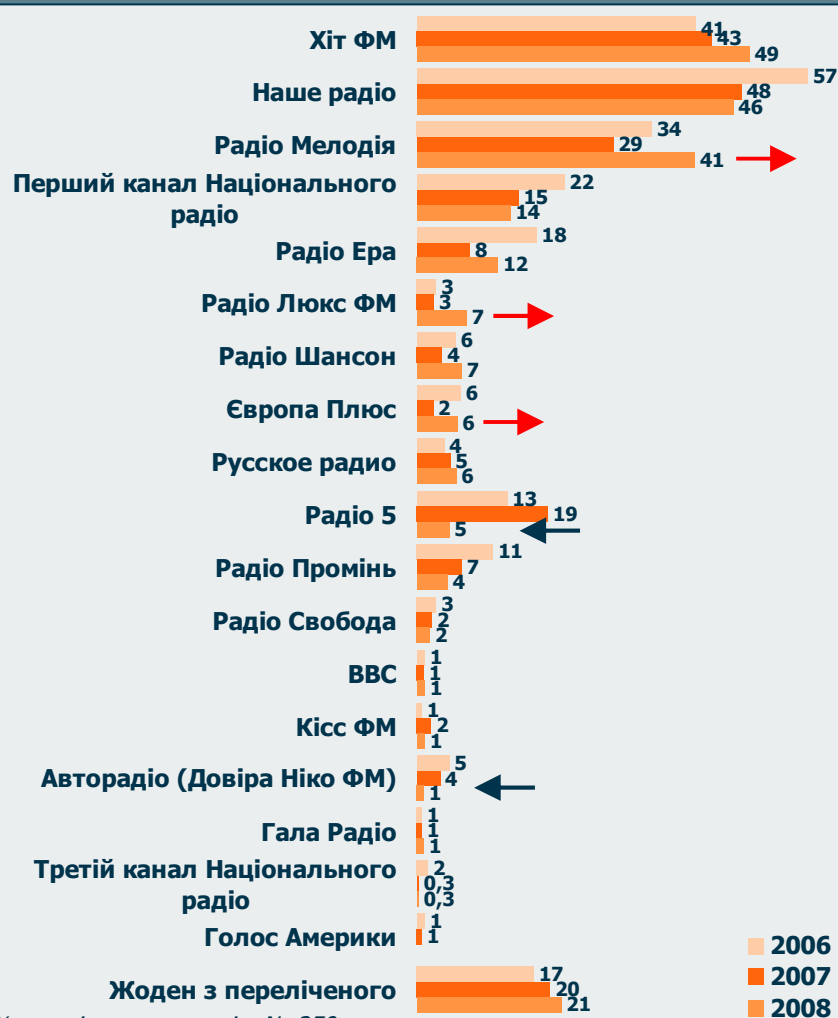
% до глядачів кожного національного каналу



Слухання найпопулярніших національних радіостанцій протягом останніх 6 місяців

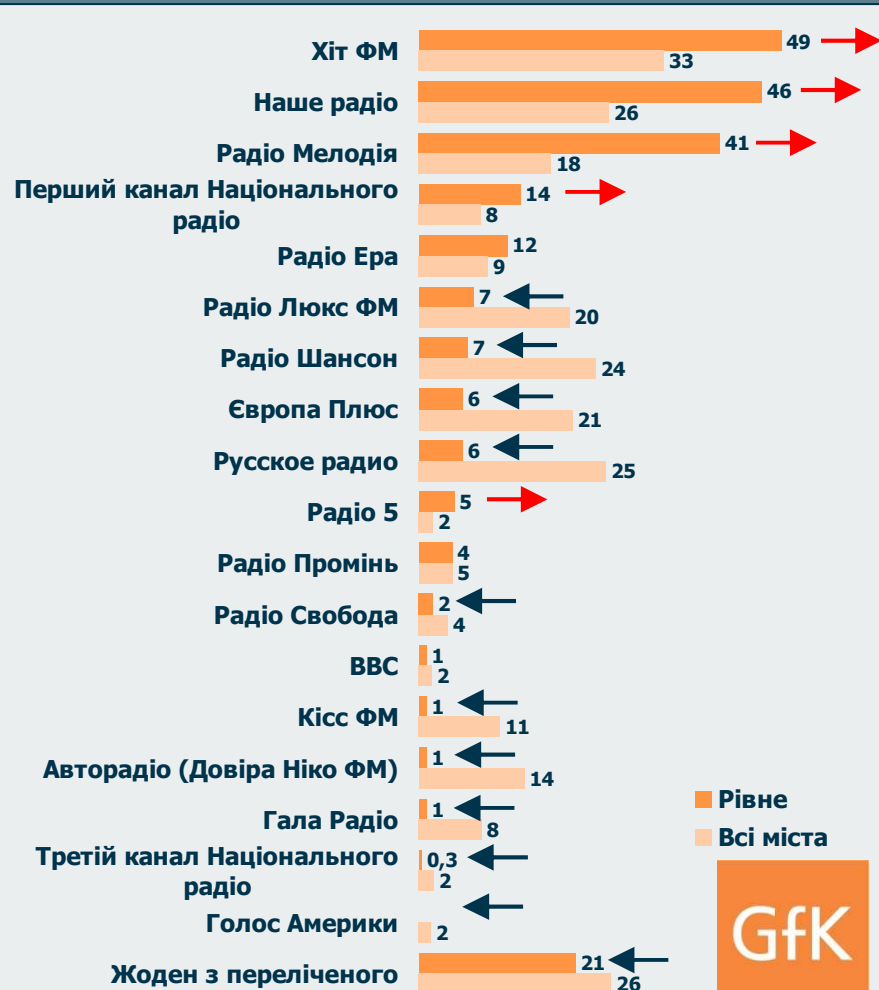
% до всіх респондентів

ДИНАМІКА СЛУХАННЯ РАДІОСТАНЦІЙ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=250

СЛУХАННЯ В РІВНОМУ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



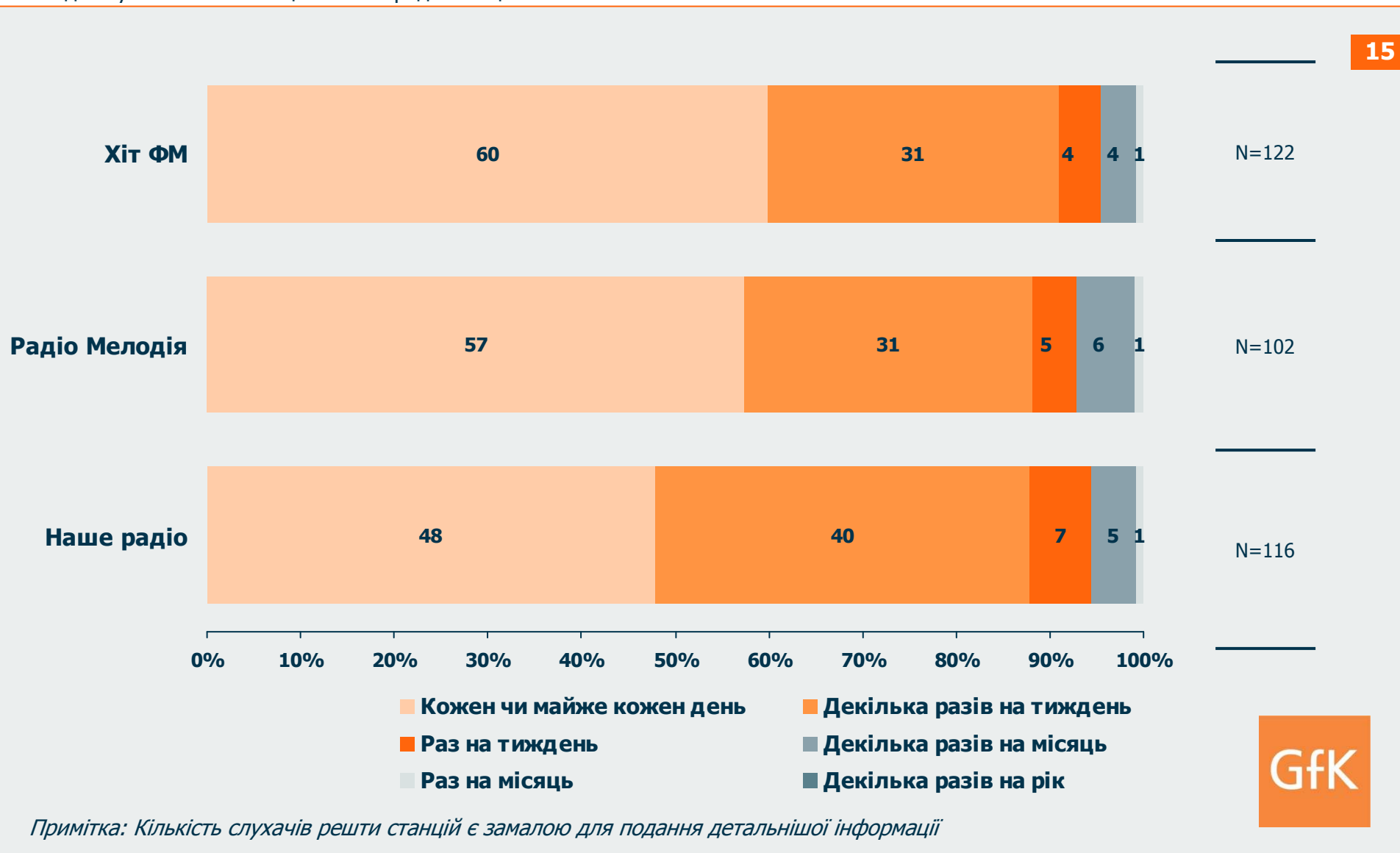
% до всіх респондентів, N(Рівне)=250, N(всі міста)=4450

Рівне
Всі міста

GfK

Частота слухання найпопулярніших національних радіостанцій (2008)

% до слухачів кожної національної радіостанції



4

Основні результати: регіональні періодичні видання

Місцеві періодичні видання

Читання місцевих періодичних видань

- Порівняно з 2007 в 2008 році рівень читання місцевої періодики у Рівному суттєво не змінився.
- Найпопулярнішими серед місцевих видань залишається "Рівне вечірнє", яке збільшило свою популярність на 10% до 69% в 2008 порівняно з 2007, та "ОГО", яке має стабільну кількість читачів 52%.
- "Вісті Рівненщини" та "Вільне слово" покращили свій рейтинг на 7% та 9% відповідно. А деякі місцеві видання втратили свою популярність повністю. До них належать "Скринька", "Рівненський Діалог", "Рівне і рівняни", "Панорама" і "Літопис Заходу".
- Серед читачів тільки 10% читають кожен або майже кожен випуск газети і 15% читають приблизно через номер.

17

Рівень задоволеності місцевою пресою

- Порівняно з 2007 у 2008 році споживачі рівненського медіа ринку загалом настільки ж задоволені якістю преси. Але читачі менш задоволені *Наявністю видань у продажу, Ціною, Оперативністю та Вичерпністю поданої інформації*. Найвищий рівень задоволеності за всі роки дослідження (2004-2008) мають *Наявність видань у продажу та Регулярність виходу*. Найнижчий рівень задоволеності читачів досі має *Об'єктивність та достовірність інформації*.
- У місті Рівне порівняно з іншими містами **головними перевагами** місцевих періодичних видань є *Ціна та Наявність видань у продажу*.
- **Головними недоліками** є *Оформлення видань та Вичерпність поданої інформації*.
- **До другорядних недоліків** належать *Важливість інформації для читачів, Стиль подання інформації, Об'єктивність та достовірність інформації та Оперативність подачі інформації*.

Місця продажу місцевої преси

- У 2008 році газетні кіоски залишаються найпопулярнішим місцем придбання регіональної преси. Кількість людей, що купують регіональну періодичку на розкладках та з рук, залишається практично тією ж (18% в 2008).

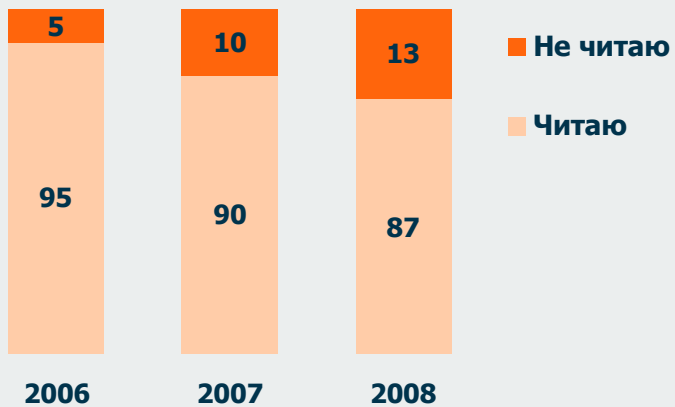
Місце та час читання місцевої преси

- У 2008 році кількість людей, що однаково часто читають газети у вихідні та будні дні, зменшилася на 8% (з 58% в 2007 до 50% в 2008). На 10% більше читачів надають перевагу читанню періодики вдень за рахунок зменшення кількості тих, хто читає ввечері. Вподобання місць для читання не змінилися - 83% читають газети вдома. Отож, більшість читають періодичні видання ввечері і вдома.

Читання регіональних періодичних видань

18

ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ



% до усіх респондентів, N=250

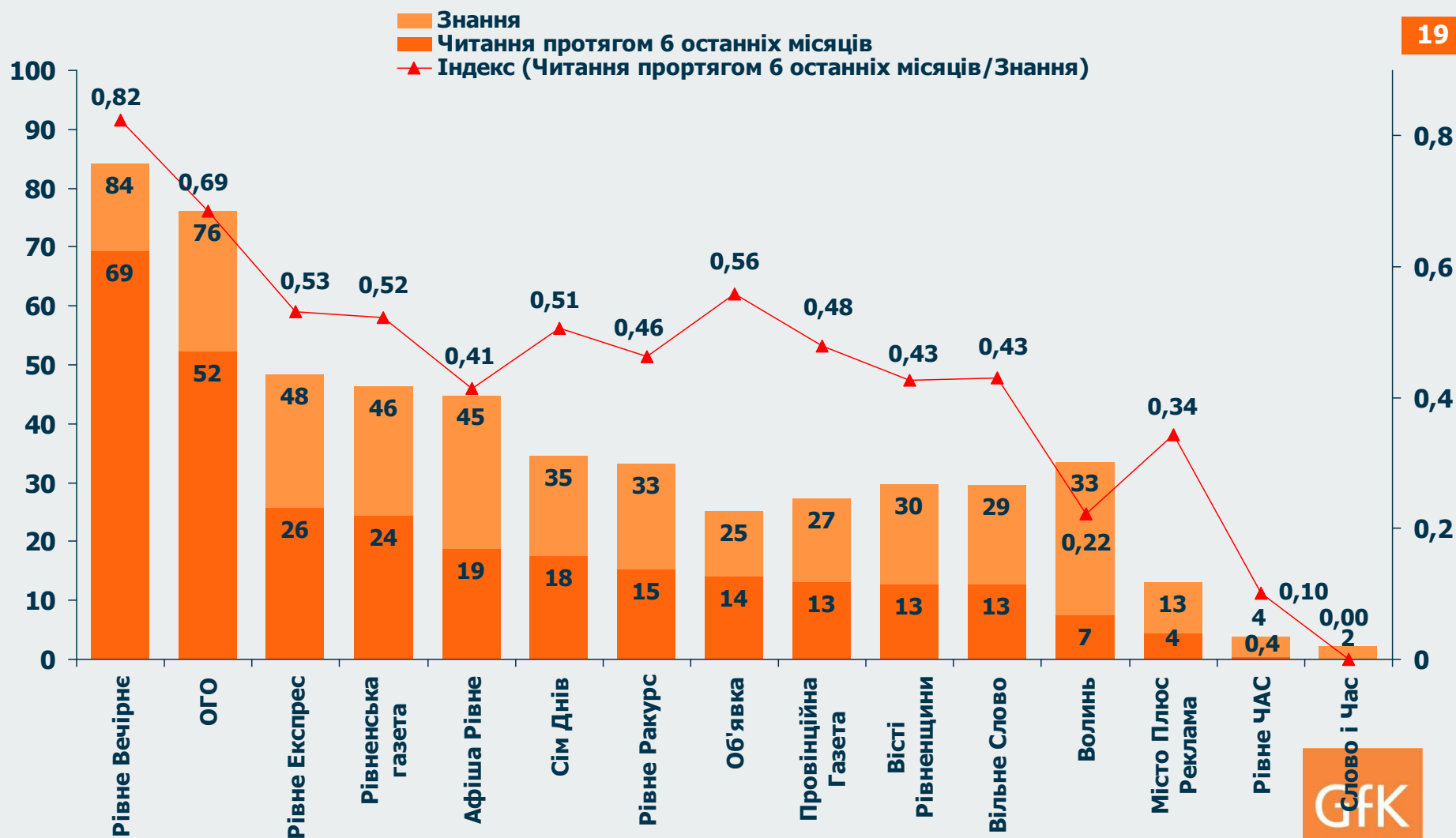
ЧАСТОТА ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (2008 рік)



% до усіх читачів регіональної преси, N=219

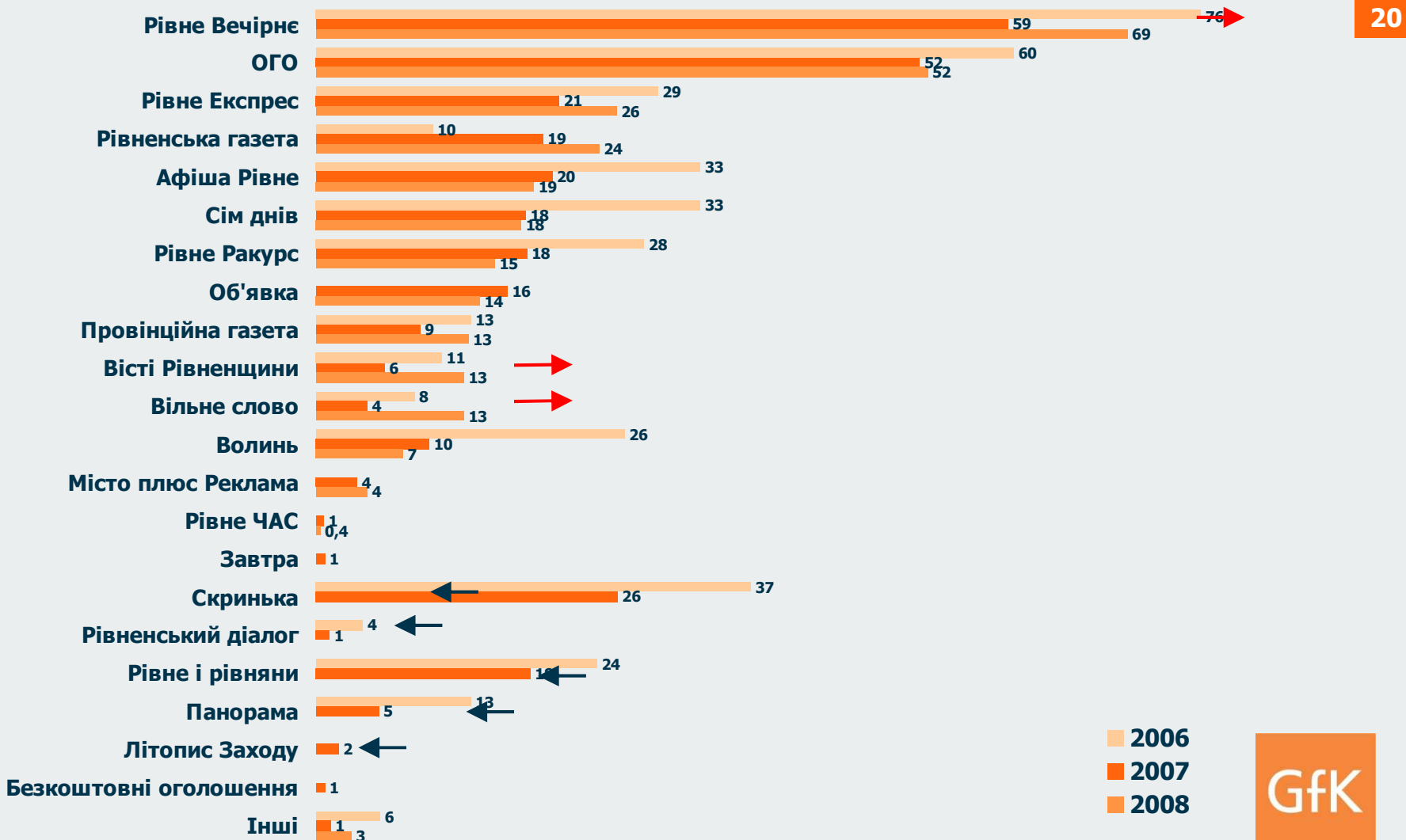
Знання та читання регіональної періодичної преси (2008)

% до усіх респондентів, N=250



Читання різних видань регіональної преси протягом останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, N=250

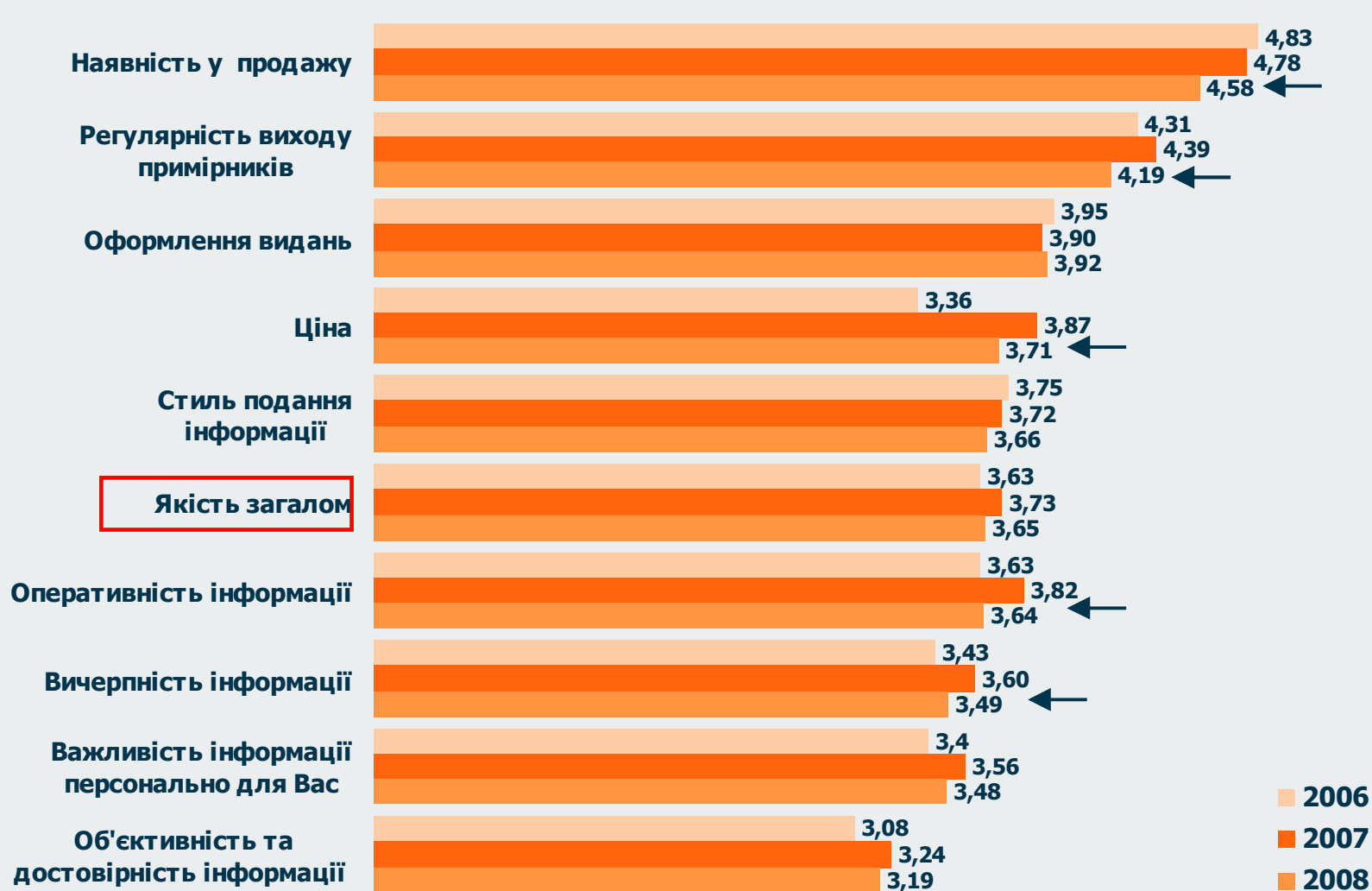


20

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Середні величини

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



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

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

22

Головні недоліки

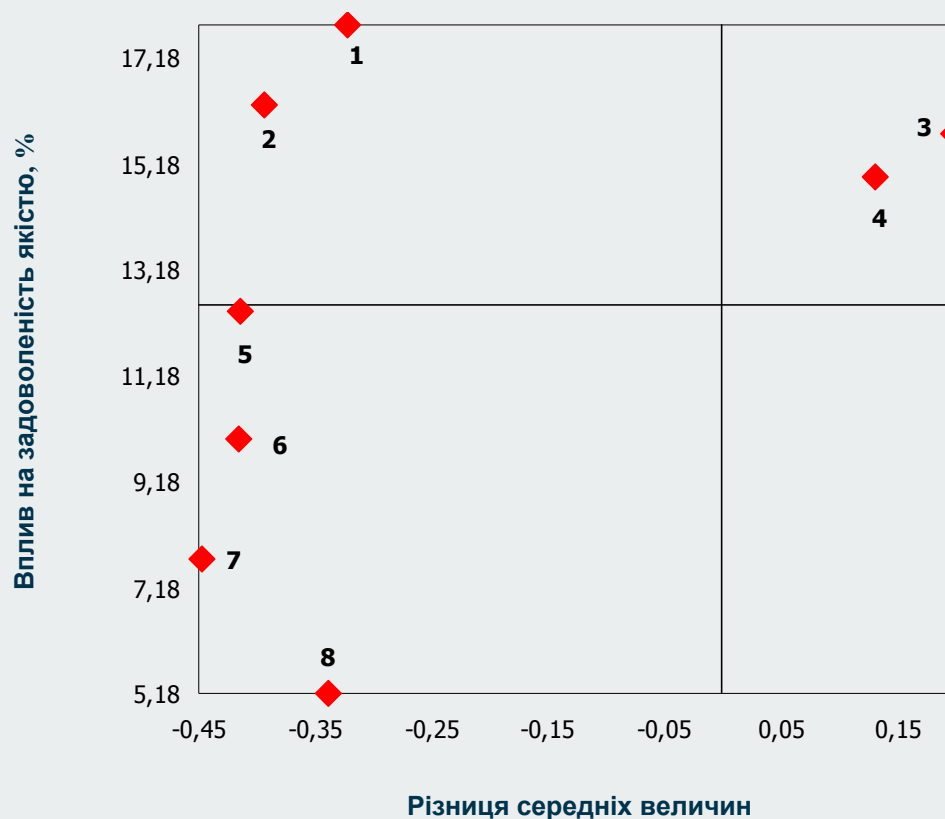
- 1 – Оформлення видань
- 2 – Вичерпність інформації

Другорядні недоліки

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

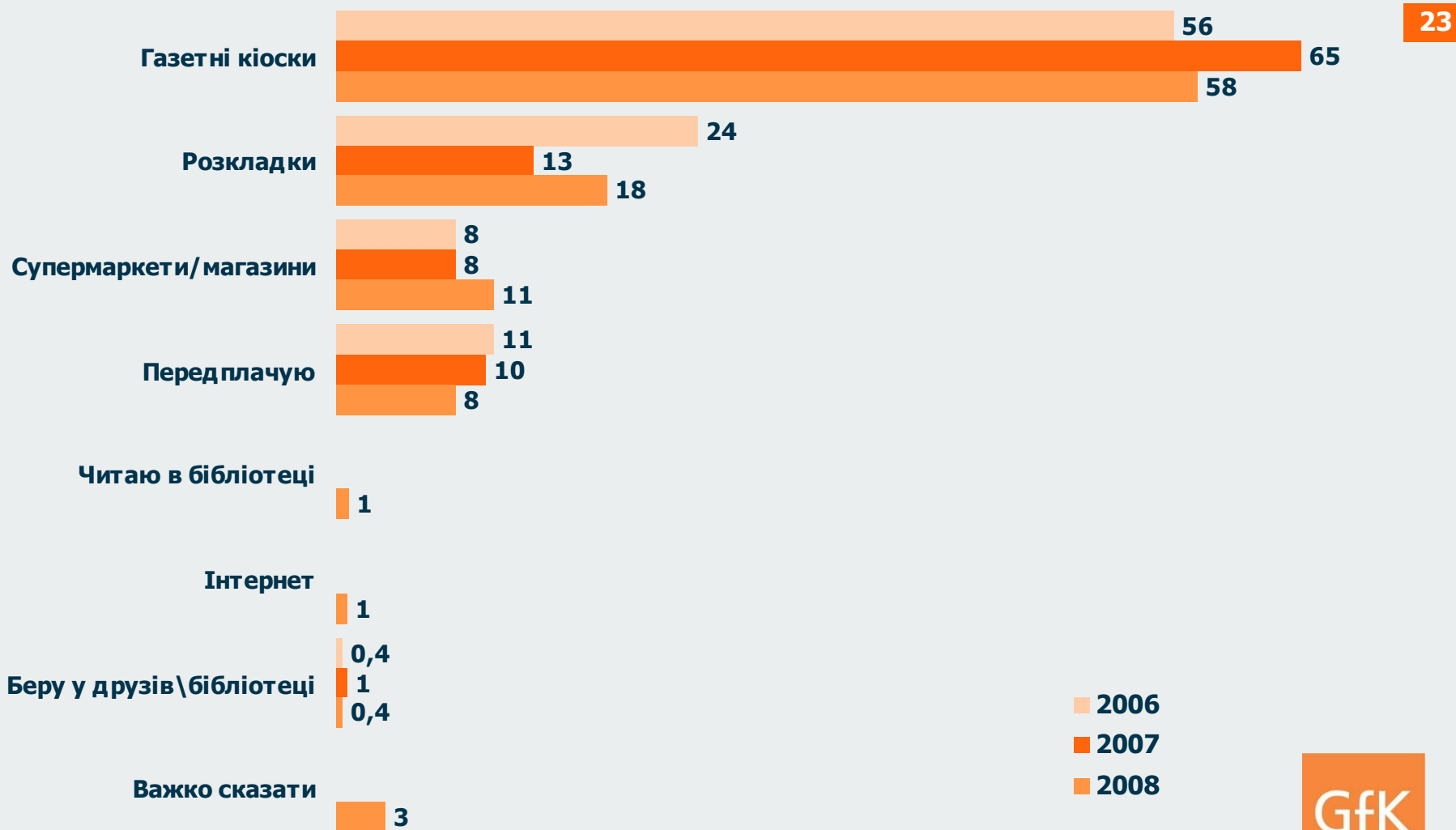
Основні переваги

- 3 – Ціна
- 4 – Наявність у продажу



Де зазвичай Ви купуєте регіональні періодичні видання?

% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=236

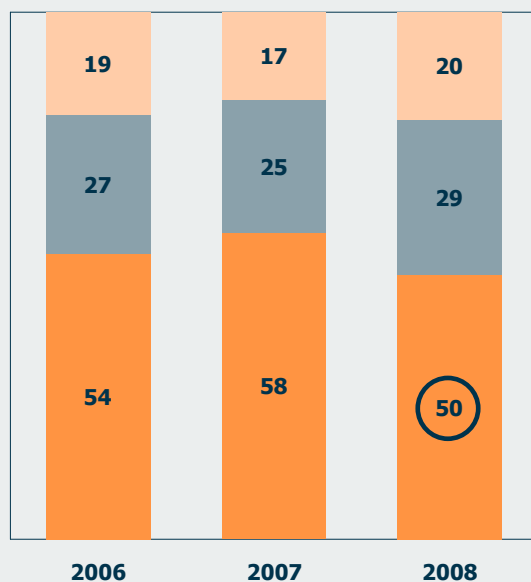


Includes variants "Potable news stands in pedestrian subway/underground" and "Directly from the street vendors/on the platform/in the underground"

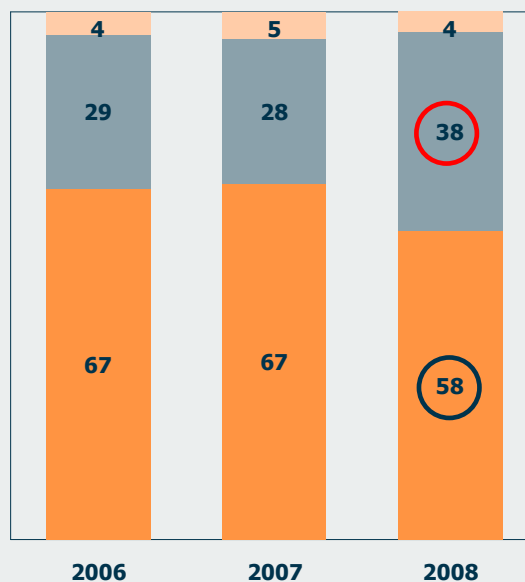
Час і місце читання регіональних періодичних видань

% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=219

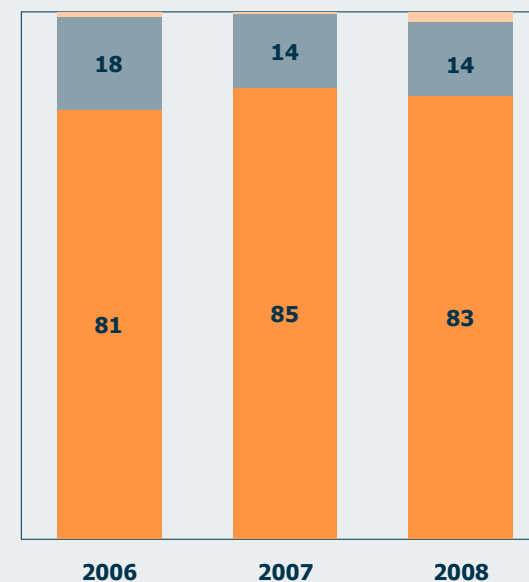
КОЛИ ВИ НАЙЧАСТІШЕ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



В ЯКИЙ ПЕРІОД ДНЯ ВИ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ ЧИТАЄТЕ
РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



■ В будні

■ Однаково часто і на вихідних, і в будні

■ На вихідних

■ Вдень

■ Ввечері

■ Вранці

■ Вдома

■ На роботі

■ В транспорті



Основні результати: Регіональні телевізійні канали

Місцеві телеканали

Перегляд місцевих телеканалів

26

- Порівняно з 2007 у 2008 році кількість глядачів місцевих телеканалів значно не змінилася.
- У 2008 році з'явився новий канал "Сфера ТБ" з 6% рейтингом. Лідером місцевого телебачення досі залишається "Рівне -1" (84% глядачів).
- 46% глядачів дивляться місцеві телеканали щодня або майже щодня та 26% дивляться їх кілька разів на тиждень.

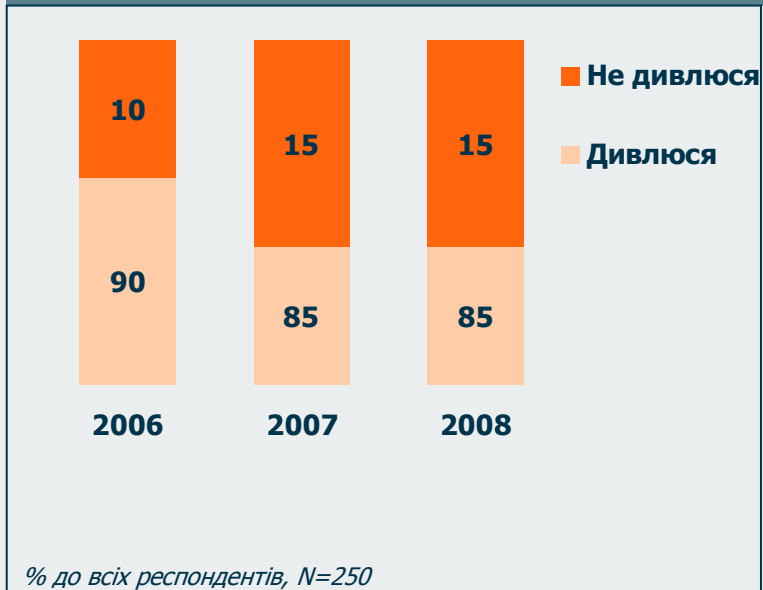
Задоволеність від перегляду інформаційних програм місцевих телеканалів

- У 2008 році рівень задоволеності більшістю характеристик місцевих інформаційних телепередач помітно не змінився, окрім *Технічної доступності каналів* (задоволення зменшилося), *Оформлення телепрограм та Стилю подання інформації* (задоволеність зросла).
- У порівнянні з усіма містами немає ні **головних**, ні **другорядних недоліків** рівненських місцевих телеканалів.
- **Головними перевагами** є *Технічна доступність каналів, Оформлення телепрограм та Важливість інформації для глядачів.*
- **Другорядними перевагами** є *Стиль подання інформації, Оперативність подачі інформації, Час трансляції програм та Об'єктивність і достовірність інформації.*

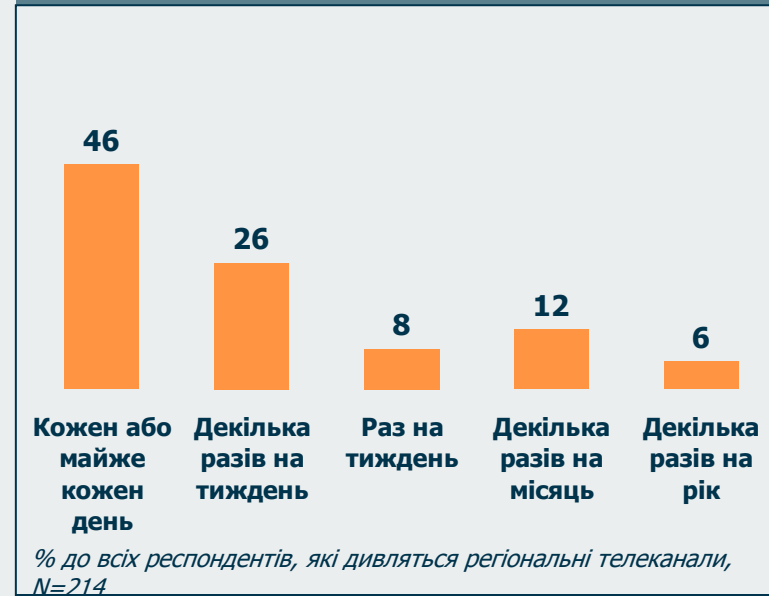
Перегляд регіонального телебачення

27

ПЕРЕГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

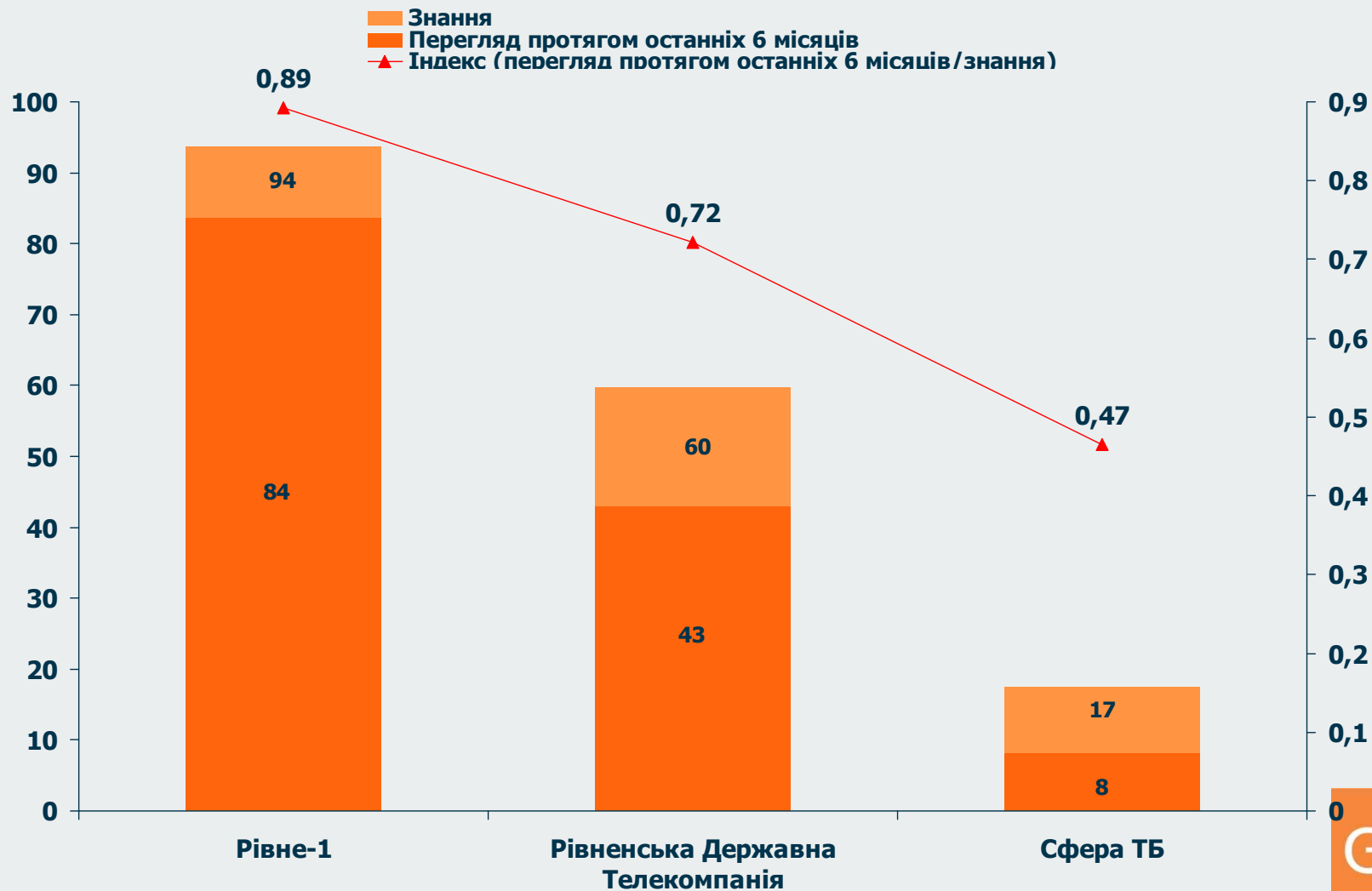


ЧАСТОТА ПЕРЕГЛЯДУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ (2008)



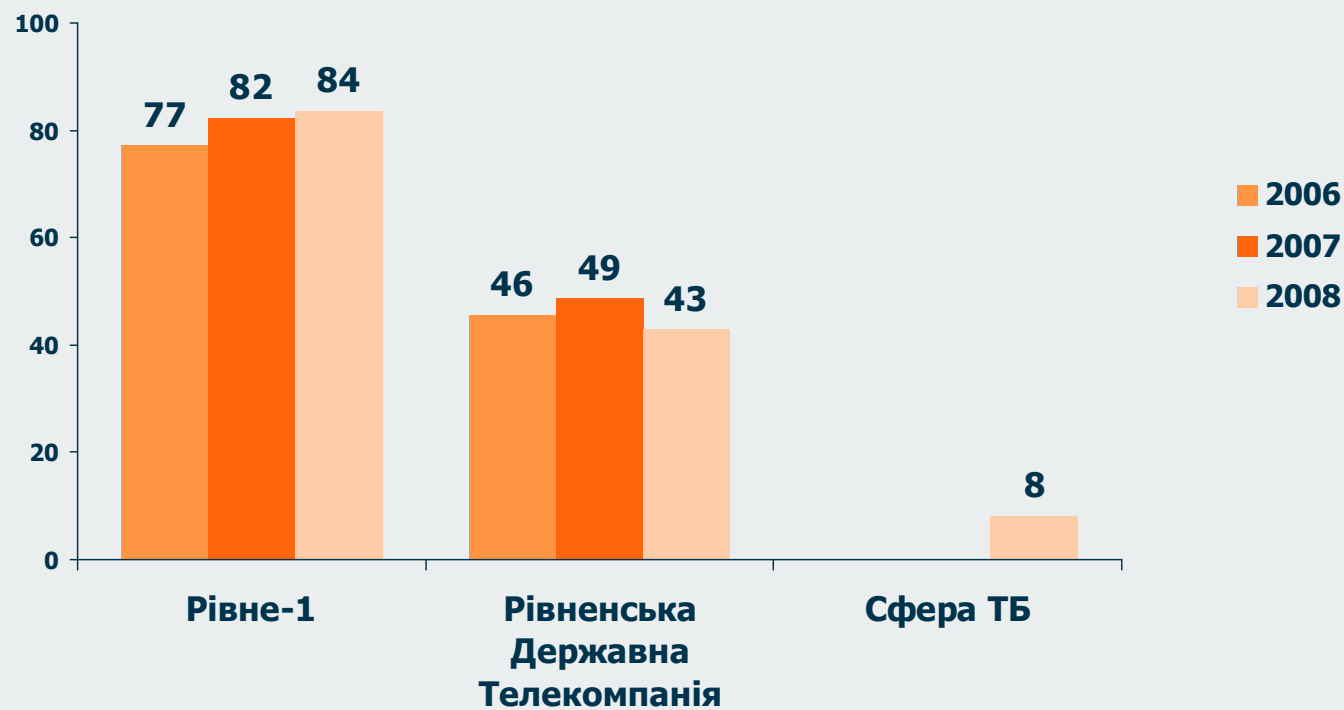
Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів (2008)

% до всіх респондентів, N=250



Перегляд регіональних телевізійних каналів впродовж останніх 6 місяців

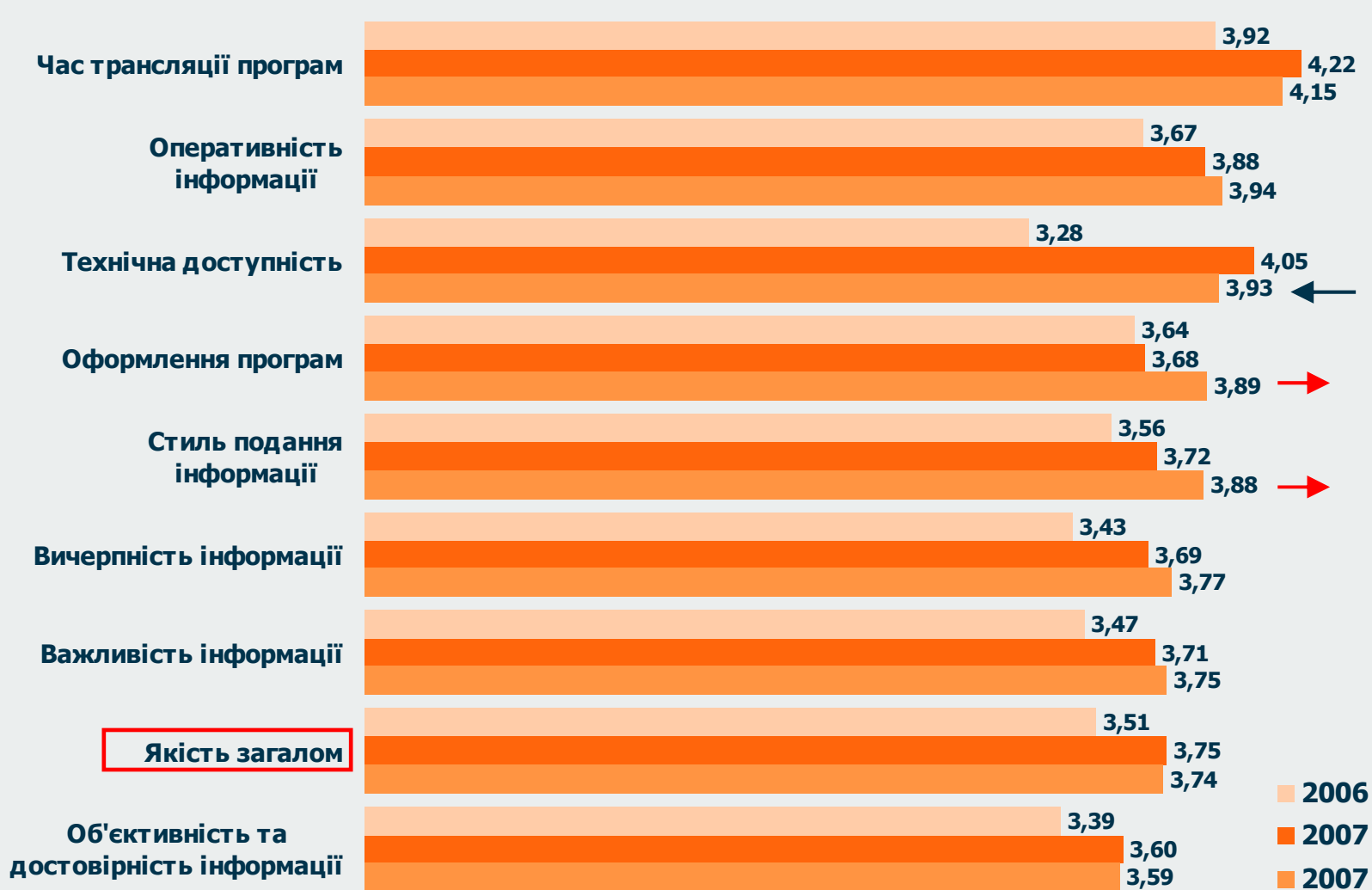
% до всіх респондентів, N=250



Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм

Середні величини

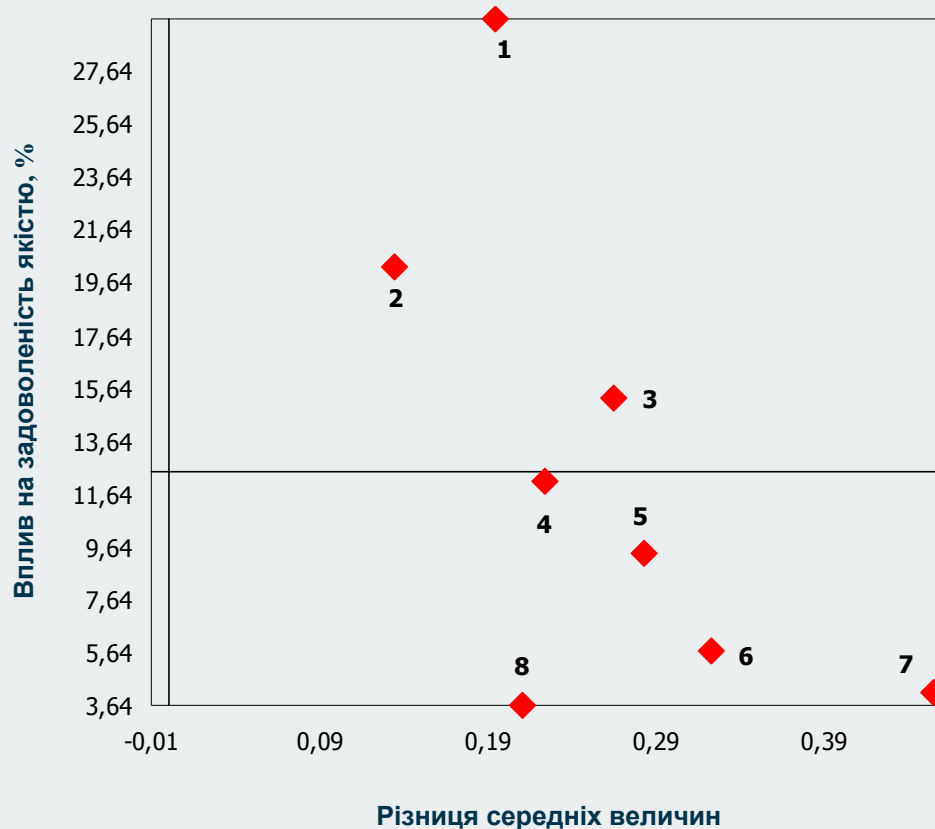
1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



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

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

31



Головні переваги

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

Другорядні переваги

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

6 Основні результати: регіональні радіостанції

Місцеві радіостанції

Слухання місцевих радіостанцій

- 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 у 2008 кількість слухачів місцевих радіостанцій в Рівному істотно не змінилася (78% в 2007 проти 72% у 2008).
- У 2008 році "Трек 106.4 FM" та "Край" помінялися своїми лідерними позиціями. Радіостанція "Край" втратила 59% своєї аудиторії з 75% в 2007 до 16% в 2008. Тоді як радіостанція "Трек 106.4 FM" збільшила свою популярність з 16% в 2007 до 68% в 2008 році.
- З'явилася радіостанція "Нова хвиля" із 8% аудиторії.
- 51% слухачів слухають місцеве радіо кожного дня чи майже щодня, а 24% слухають його кілька разів на тиждень.

33

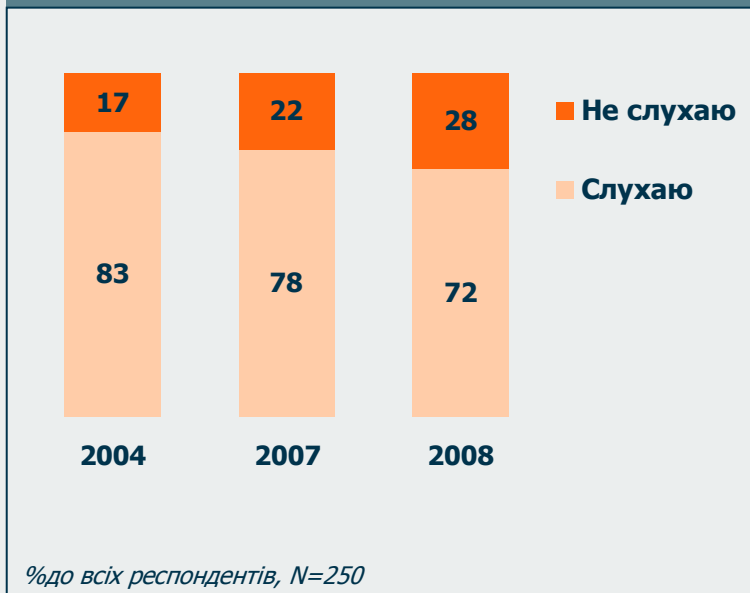
Задоволеність інформаційними програмами місцевого радіо

- Загалом у 2008 році слухачі менш задоволені якістю програм, особливо це стосується таких характеристик як *Стиль подання інформації, Актуальність інформації і Вичерпність поданої інформації*, рівень задоволеності якими зменшився у 2008 році порівняно з 2007.
- Рівень задоволеності *Періодичністю виходу радіопрограм* у 2008 році знизився, проте ця характеристика має найвищий рівень задоволеності за всі роки дослідження.
- У порівнянні з усіма містами немає ні **головних**, ні **другорядних недоліків** рівненських місцевих радіопрограм.
- **Головні переваги** рівненських інформаційних радіопрограм полягають у *Оформленні матеріалів, Вичерпності поданої інформації та Стилів подання інформації*. **Другорядними перевагами** є *Оперативність забезпечення інформацією, Актуальність та Регулярність трансляцій*.

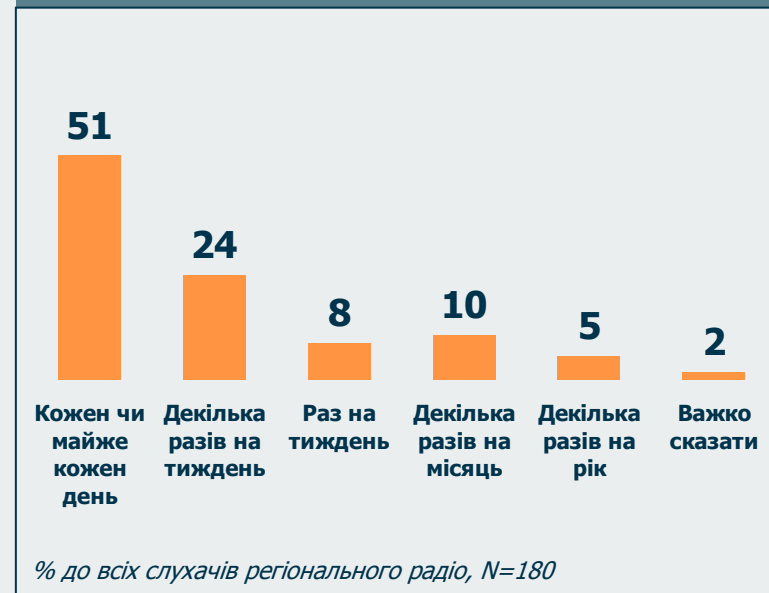
Слухання регіональних радіостанцій

34

СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ

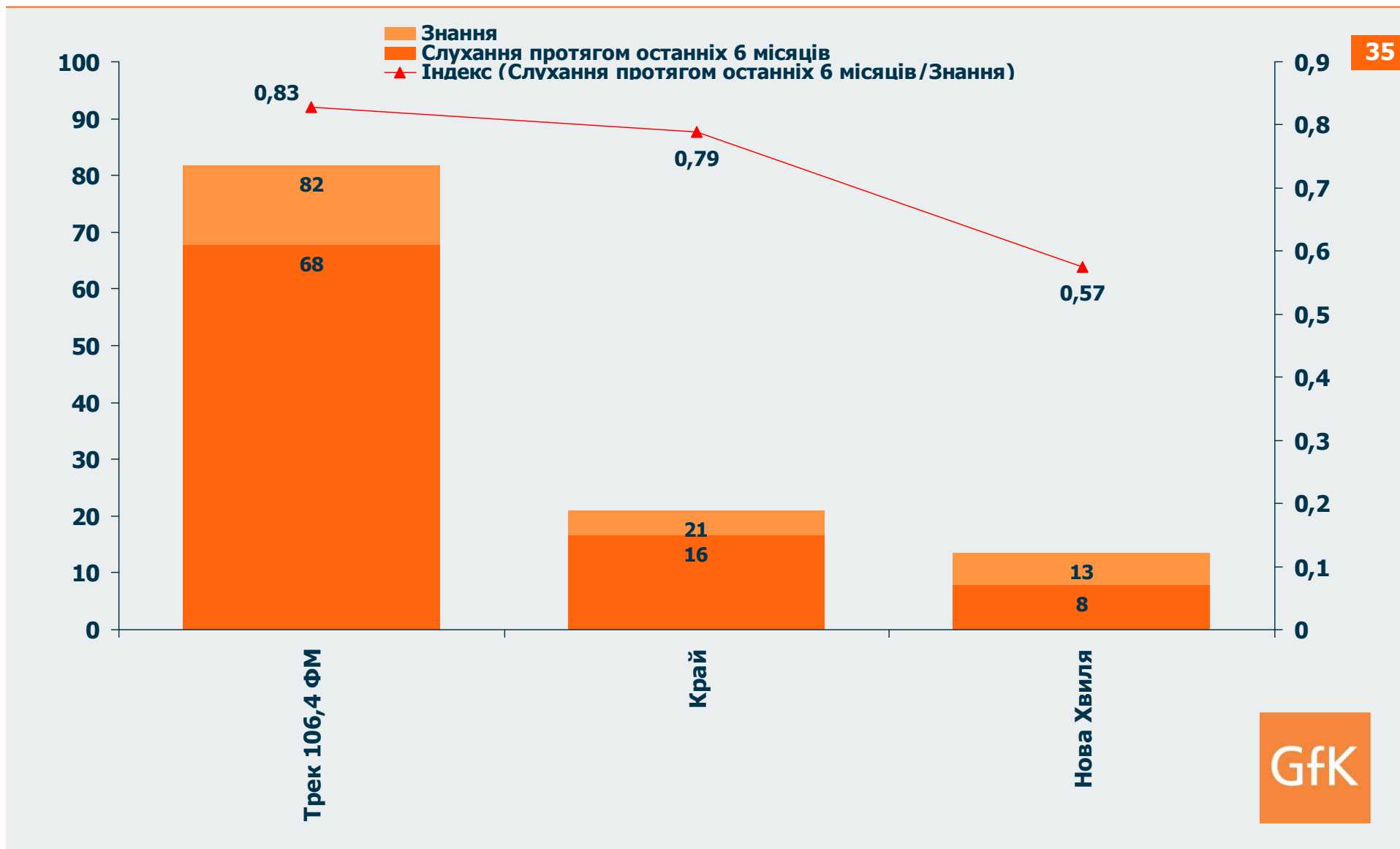


СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ (2008 РІК)



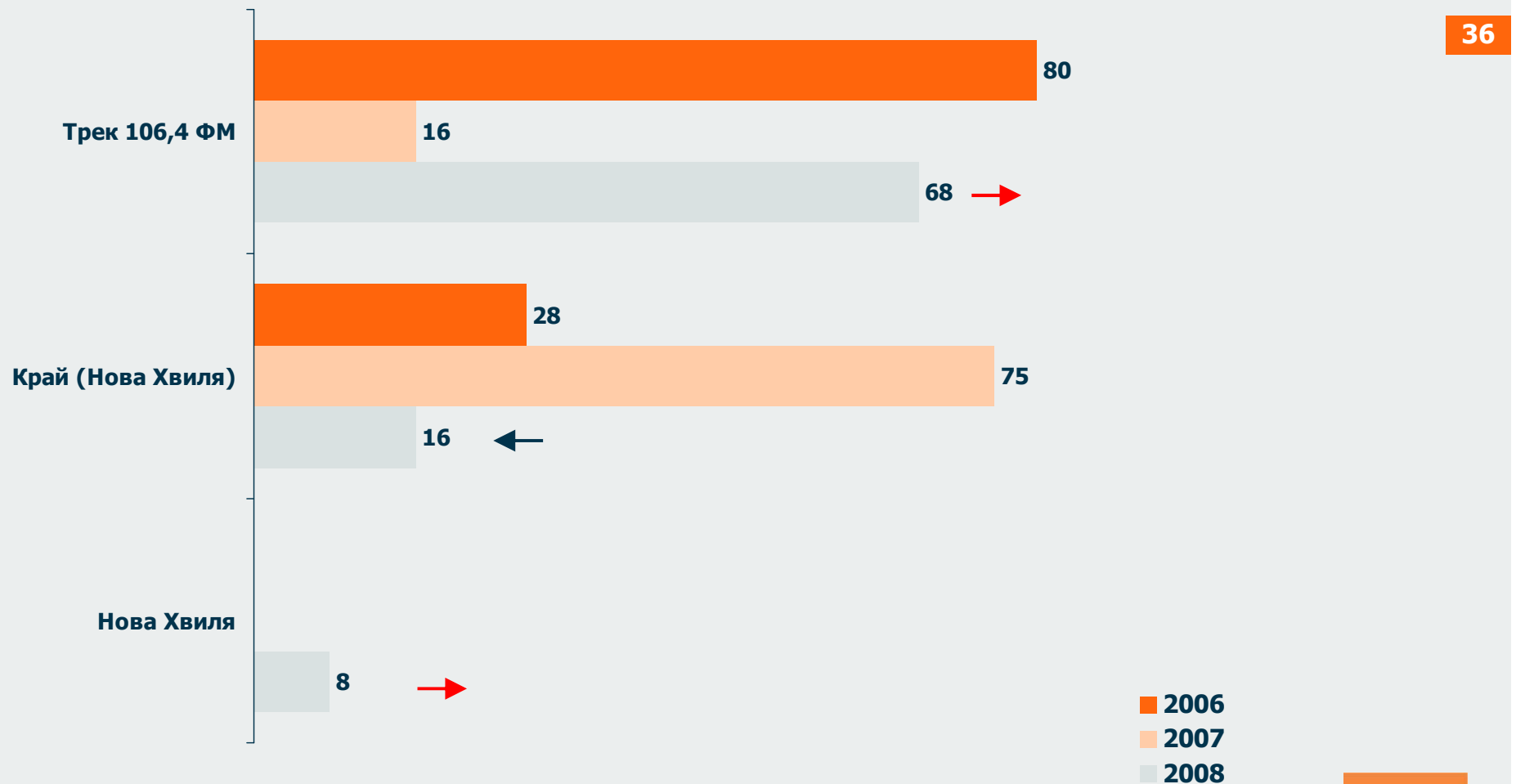
Знання та слухання регіональних радіостанцій (2008)

% до всіх респондентів, N=250



Слухання регіональних радіостанцій впродовж останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, N=250

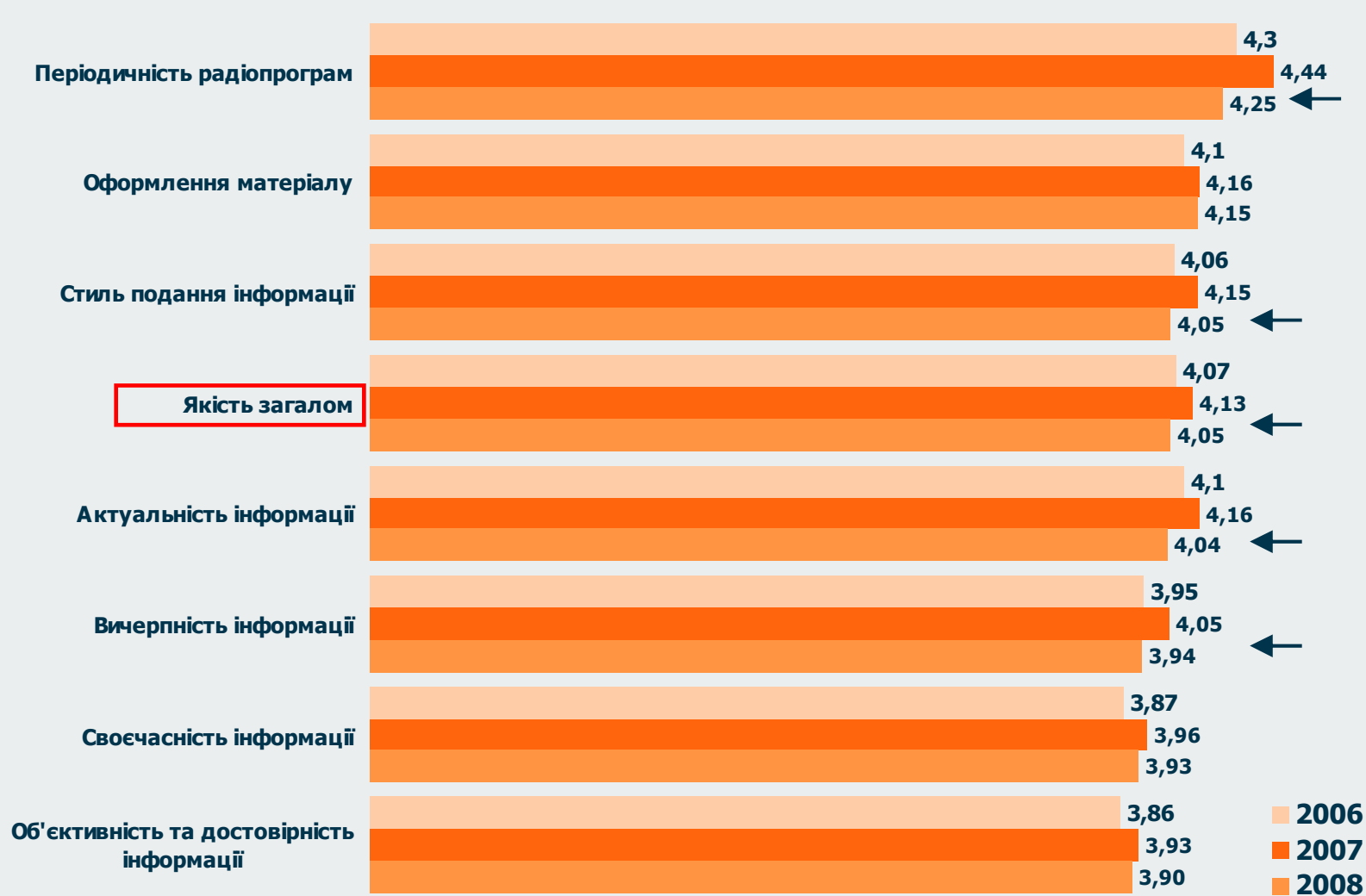


* В 2008 Край і Нова Хвиля об'єднались

Задовolenість характеристиками регіональних інформаційних радіопрограм

Середні величини

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



37

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

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

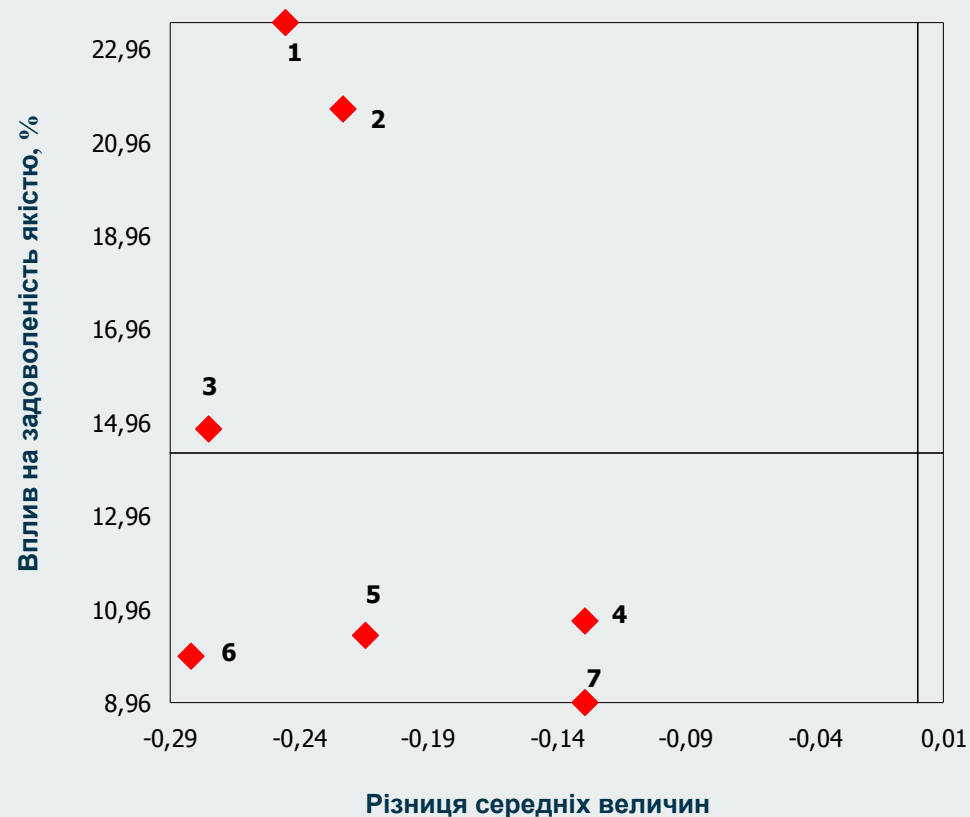
38

Головні недоліки

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

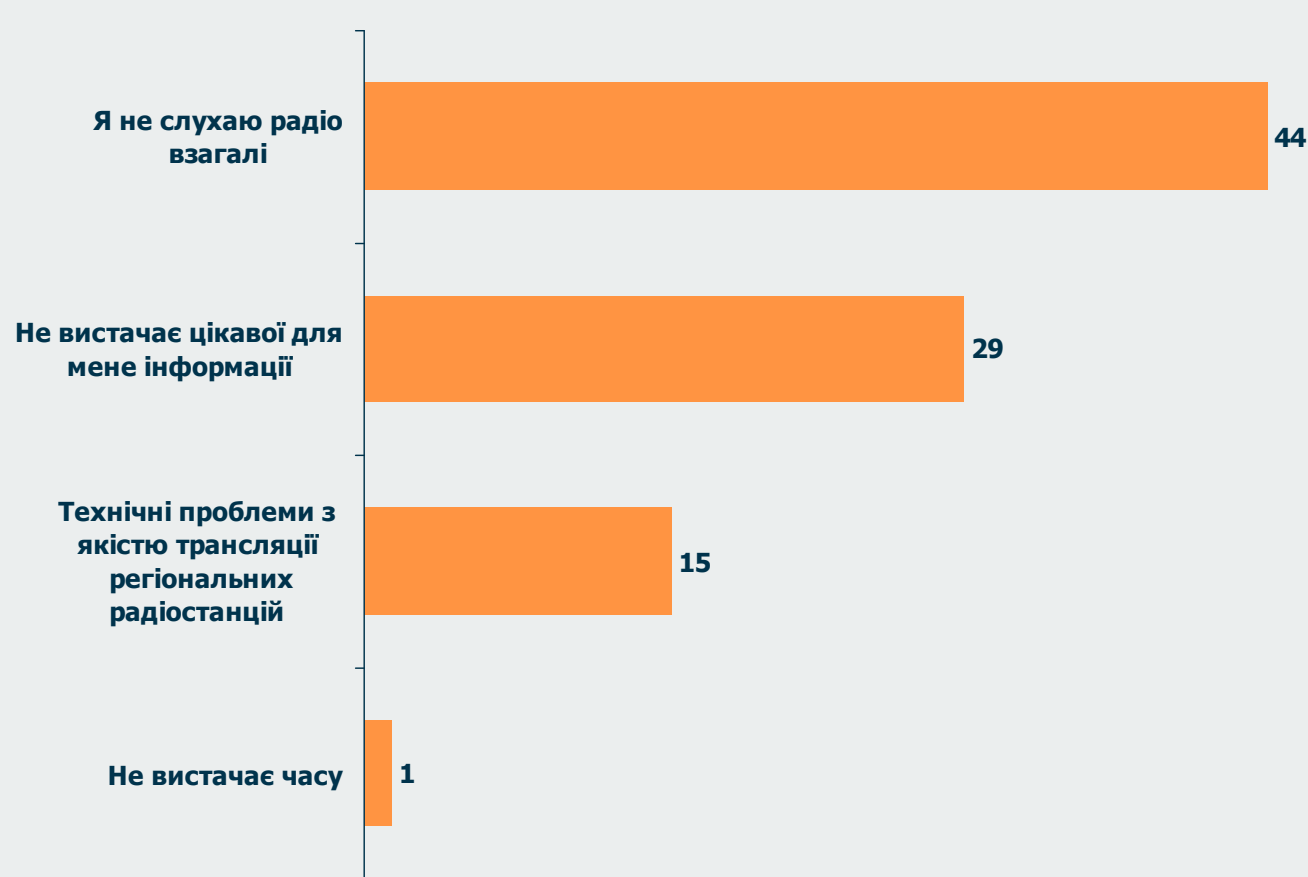
Другорядні недоліки

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



Чому Ви не слухаєте регіональне радіо?

% до всіх не слухачів регіонального радіо , N(2008)=70



7

Основні результати: Тематика регіональних ЗМІ

Оцінка типів інформації: пояснення матриці

Матриця оцінки пріоритетів

41

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

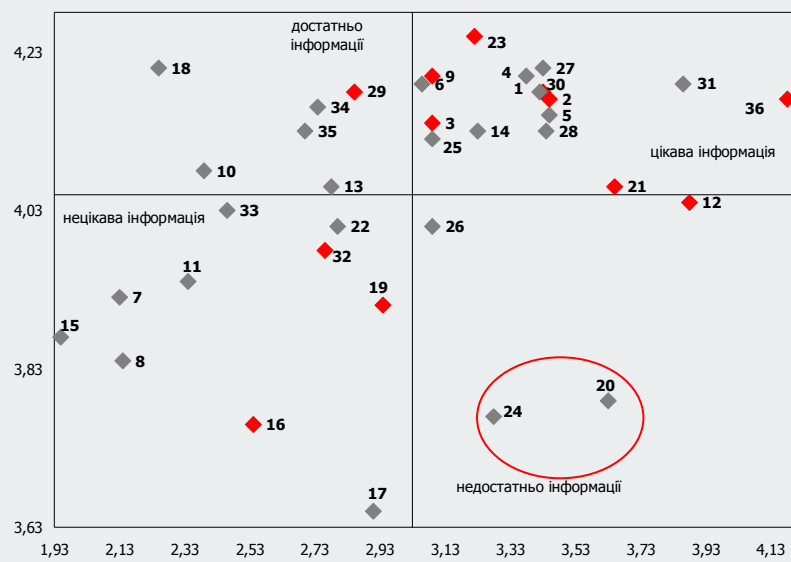
Шкала *нецікава/цікава інформація* показує середні значення між 1 – Я ніколи не читаю цієї інформації; 5 – Я в будь-якому разі читаю цю інформацію.

- 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)

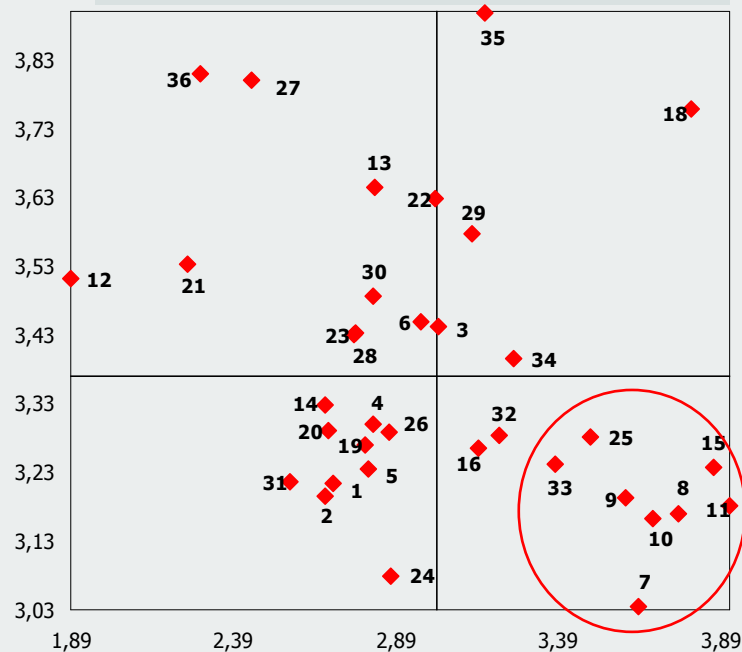
- 14 - Транспорт і комунальне господарство області/міста
- 15 - Проблеми армії / Військова справа
- 16 - Робота правоохоронних органів
- 17 - Соціальний захист / Пенсійне забезпечення
- 18 - Листи / думки читачів/слухачів/глядачів
- 19 - Історія області/міста
- 20 - Історія
- 21 - Неймовірні події/факти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

42

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



8 Користування Інтернетом

Користування Інтернетом

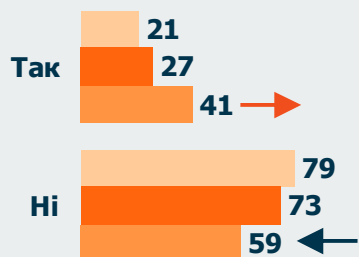
44

- У 2008 році у Рівному кількість людей, що користуються Інтернетом, значно зросла (з 27% в 2007 до 41% в 2008).
- Частота використання ресурсів Інтернету незначно зросла, але кількість тих, хто користується Інтернетом кілька разів протягом місяця зменшилася на 9%.
- Найпопулярнішими місцями користування Інтернетом залишаються вдома (45% користувачів) та на роботі (35% користувачів).
- На 20% більше користувачів Інтернету скоріше обрали б друковану версію газети за рахунок зменшення кількості тих, хто надає перевагу виключно друкованій версії.
- У 2008 році 52% Інтернет-користувачів обрали друковану версію, 47% - Інтернет-версію.

Користування Інтернет

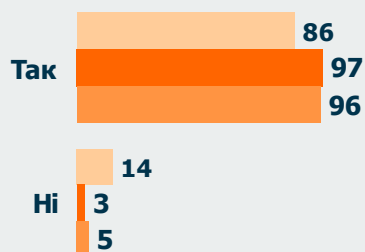
45

ЧИ КОРИСТУЄТЕСЬ ВИ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх респондентів, N=250

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



% до всіх користувачів Інтернет. N=103

2007
2008
2009

ЯК ЧАСТО ОСОБИСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=103

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=103

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



% до всіх користувачів Інтернет. N=103

GfK

9 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.

47

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=250

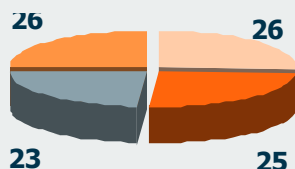
48

СТАТЬ



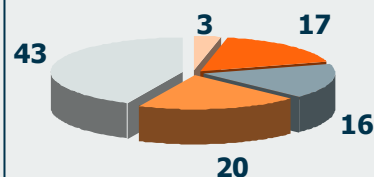
■ Чоловіча ■ Жіноча

ВІК



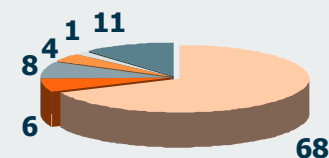
■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-55

ОСВІТА



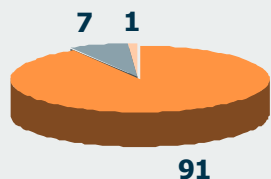
■ Незакінчена середня освіта
■ Середня освіта
■ Середня спеціальна освіта
■ Незакінчена вища
■ Вища освіта

ЗАЙНЯТІСТЬ



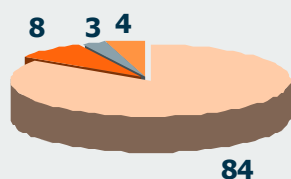
■ Зайнятий
■ Самозайнятий
■ Тимчасово незайнятий
■ Пенсіонер
■ Займеться домогосподарством
■ Студент\учень

НАЦІОНАЛЬНІСТЬ



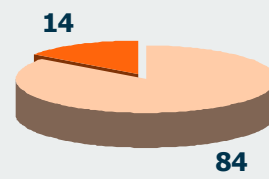
■ Українська ■ Російська
■ Тіше

МОВА СПІЛКУВАННЯ НА РОБОТІ



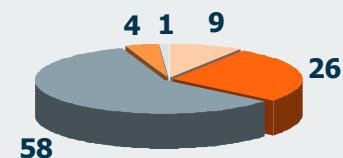
■ Українська ■ Російська
■ Не працюю ■ Інша

МОВА СПІЛКУВАННЯ ВДОМА



■ Українська ■ Російська

РІВЕНЬ ДОБРОБУТУ



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

GfK