

Регіональні ЗМІ в Україні: Сімферополь 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: Сімферополь 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: Сімферополь 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: Сімферополь 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 хвилині 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 Сімферополі: основні результати

Читання/перегляд/слухання ЗМІ в 2008

- У Сімферополі в 2008 році збільшився рівень зацікавленості медіа як на національному, так і на місцевому рівні порівняно з попереднім роком. **Єдине, але найбільше, зменшення це - 32% спад кількості глядачів регіонального телебачення**, тоді як **кількість глядачів національного телебачення значимо не змінилася.**
- У порівнянні з 2007 роком **найбільше збільшення є зростання аудиторії національного і регіонального радіо (на 20% і на 21% відповідно). Аудиторія національної та регіональної преси також зросла на 9% та 3% відповідно.**

Рівень задоволеності регіональними ЗМІ в 2008

- У 2008 році в порівнянні з 2007 **загальний рівень задоволеності усіма трьома типами місцевих мас медіа в Сімферополі зменшився.**
- **Єдина перевага полягає в Наявності в продажі регіональної періодики порівняні з усіма містами.**
- Рівень всіх інших характеристик низький.

Тематика місцевих ЗМІ у 2008

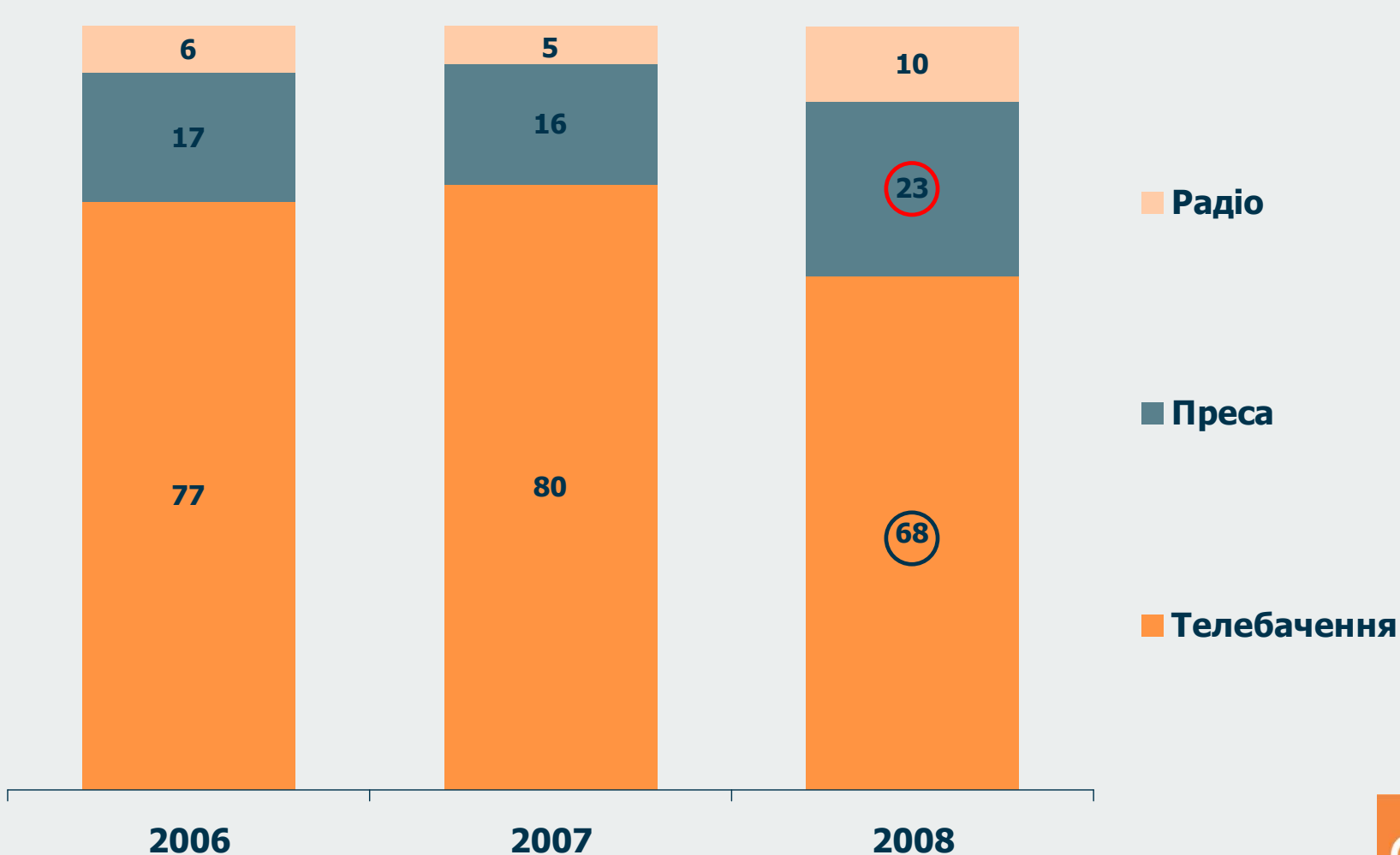
- Оцінка тем, цікавих для користувачів ЗМІ, показала, що жителі Сімферополя відчують меншу нестачу інформації у 2008 році, ніж в 2007 стосовно більшості тем, присутніх на місцевому медіа ринку.
- **ЗМІ забезпечують усі потреби населення стосовно політичної та економічної ситуації** (в Сімферополі, Україні та світі). Новими темами-“прогалинами” інформаційного ринку можна назвати **Соціальний захист/Пенсійне забезпечення та Дім, інтер'єр, будівництво, ремонт**.

Преференції певних типів інформаційних джерел в 2008

- Вподобання респондентів в 2008 щодо джерел отримання інформації зсунулися від телебачення до радіо та преси. Кількість людей, які хотіли б отримувати **інформацію з телебачення в Сімферополі зменшилася від 80% в 2007 до 61% в 2008**, але все одно телебачення залишається основним джерелом інформації. Близько 9% респондентів надають перевагу радіо і 20% – пресі.

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

% до всіх респондентів, N=250



7



Національні ЗМІ

Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні видання

- У порівнянні з 2007 в 2008 році рівень читання національних періодичних видань в Сімферополі істотно зріс (з 56% в 2007 до 65% в 2008).
- Найбільш популярними виданнями є не тільки "Комсомольская правда в Украине" (36%), а й "Факты и комментарии", у яких зросла аудиторія з 26% до 36%, друге місце посідає "Сегодня" (15% в 2008). Серед інших менш популярних видань "День" та "Експрес об'ява" значно покращили свою популярність, а рейтинг "Робітничої газети" впав.
- В Сімферополі порівняно з іншими містами на 8% більше читачів національних видань (тенденція змінилася порівняно з 2007 роком).
- Жителі кожного міста виділяють "улюблені" національне видання, що мають в місті більше читачів, ніж в усіх містах. У Сімферополі це: "Комсомольская правда в Украине" (на 18% більше читачів) та "Факты и комментарии" (на 8% більше). Сімферополь вирізняється з-поміж усіх міст нижчим рівнем читання таких газет як "Урядовий кур'єр" (на 5% менше читачів ніж в усіх містах), "Вечерние вести" (на 3% менше) та "Експрес об'ява" (на 2% менше).
- Найрегулярніше читають "Факты и комментарии" та "Команду" з 47% та 41% щоденних читачів відповідно.

Найпопулярніші національні телеканали

- Порівняно з 2007 в 2008 рівень перегляду найпопулярніших національних телеканалів значно не змінився (97% в 2007 і в 98% в 2008). "Інтер" разом з "1+1" залишаються найпопулярнішими каналами в Сімферополі з 93% та 89% глядачів відповідно.
- У Сімферополі порівняно з усіма містами популярність національних каналів така ж, окрім каналу "ТРК Україна", аудиторія якого в Сімферополі менша на 7%.
- Немає великого розриву в регулярності перегляду телеканалів (найрідше дивляться "5 канал" (46% глядачів дивляться його щодня або майже щодня), а найчастіше дивляться "Інтер" (74% щодня).

Найпопулярніші національні радіостанції

- У 2008 році кількість слухачів найпопулярніших національних радіостанцій збільшилась на 20% (з 67% в 2007 до 87% в 2008).
- Чотирма найпопулярнішими радіостанціями Сімферополя є "Русское радио" (43%), "Європа плюс" (38%), "Радіо Шансон" (31%), "Хіт ФМ" (28%), кожна з яких трохи покращила свій рейтинг.
- У 2008 році наступні радіостанції значно покращили свою популярність: "Радіо Люкс ФМ" (на 8% більше слухачів), "Авторадіо Україна (Довіра Ніко ФМ)" (на 10% більше), "Перший канал національного радіо" і "Третій канал національного радіо" (на 3% більше у кожного). У деяких радіостанцій значимо понизився рейтинг на 1% (BBC та "Голос Америки").
- У Сімферополі порівняно з усіма містами на 13% більше слухачів національних радіостанцій. Більш популярними в Сімферополі є "Русское радио" (на 18% більше), "Європа плюс" (на 17% більше слухачів) та "Радіо шансон" (на 7% більше). Менш популярними в Сімферополі є "Кісс ФМ" (на 8% менше) та "Перший канал національного радіо" (на 8% менше).

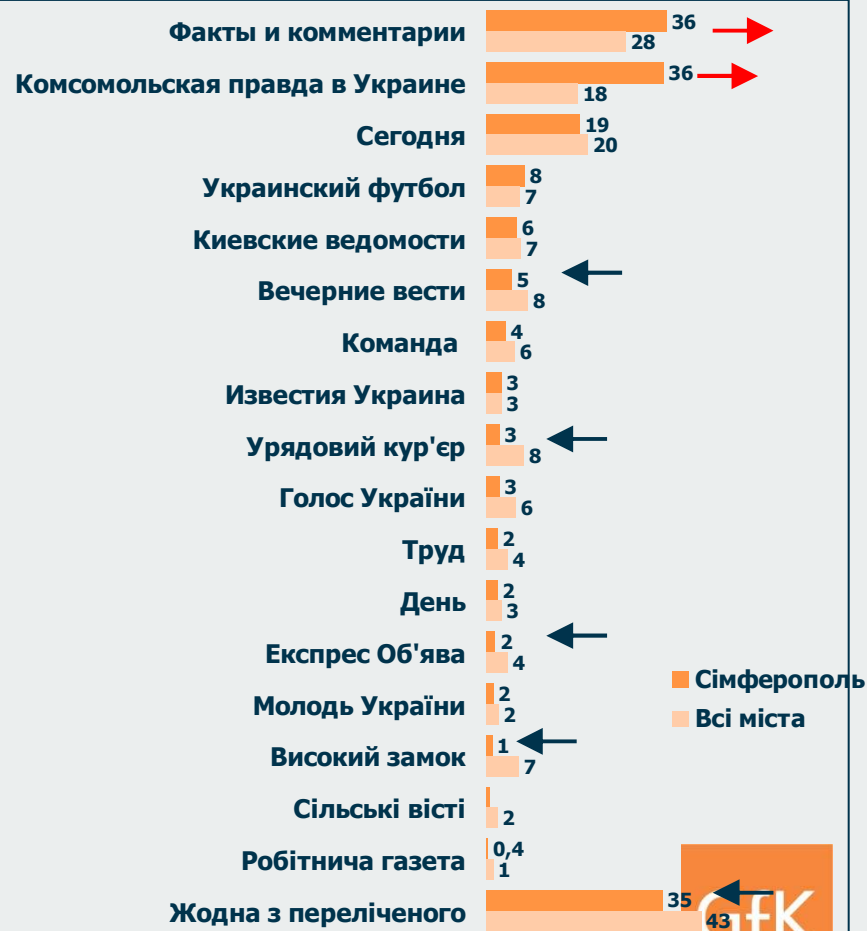
Читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ЧИТАННЯ ВИДАНЬ У 2006-2008 РОКАХ



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

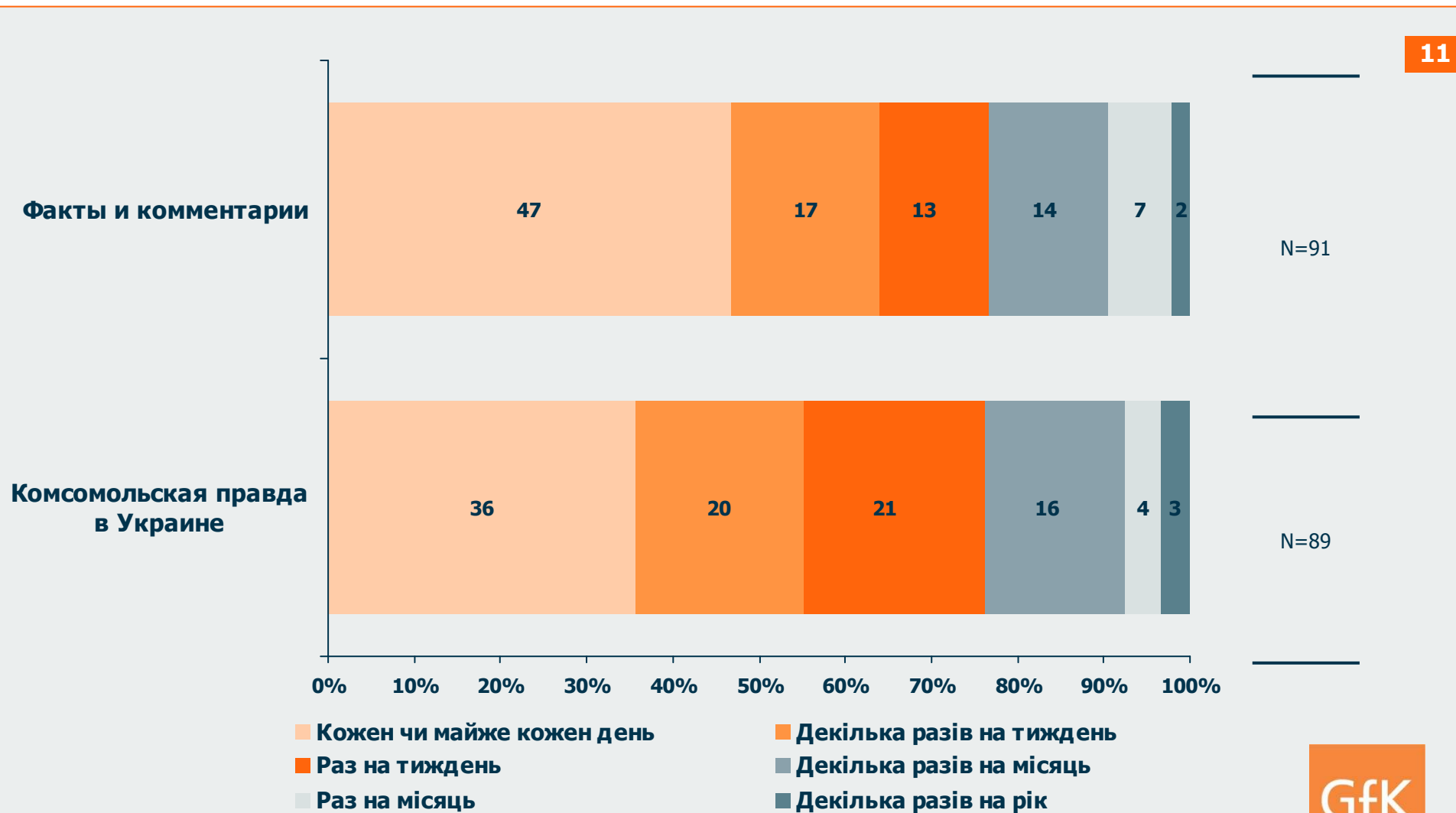
ЧИТАННЯ В СІМФЕРОПОЛІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



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

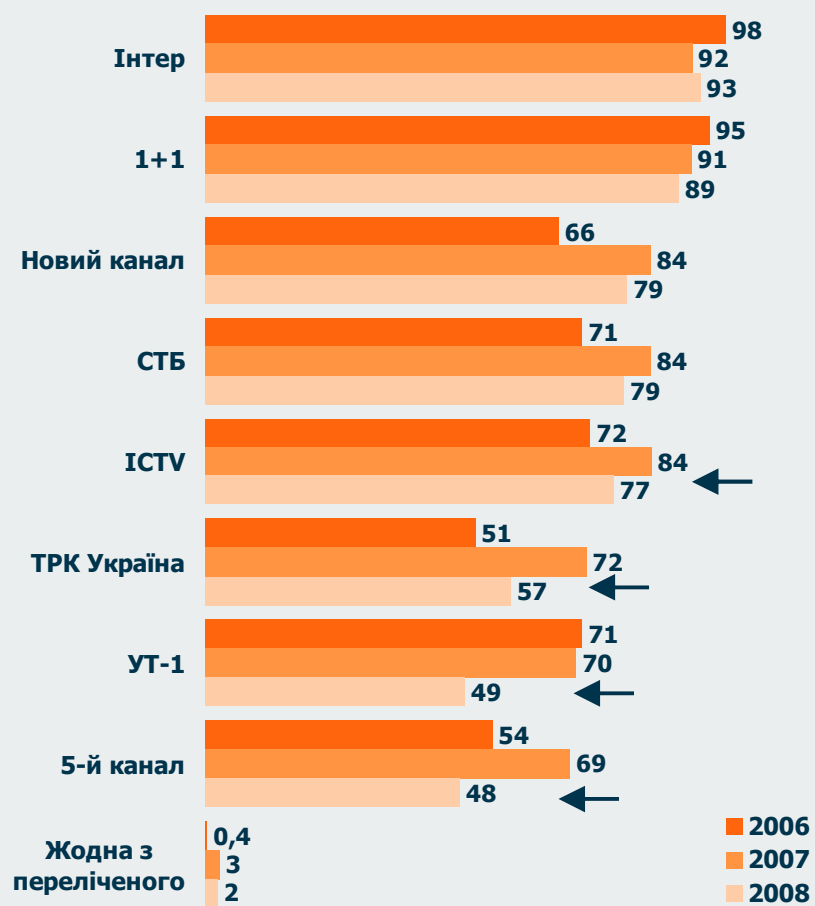
Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

% до читачів кожного національного видання



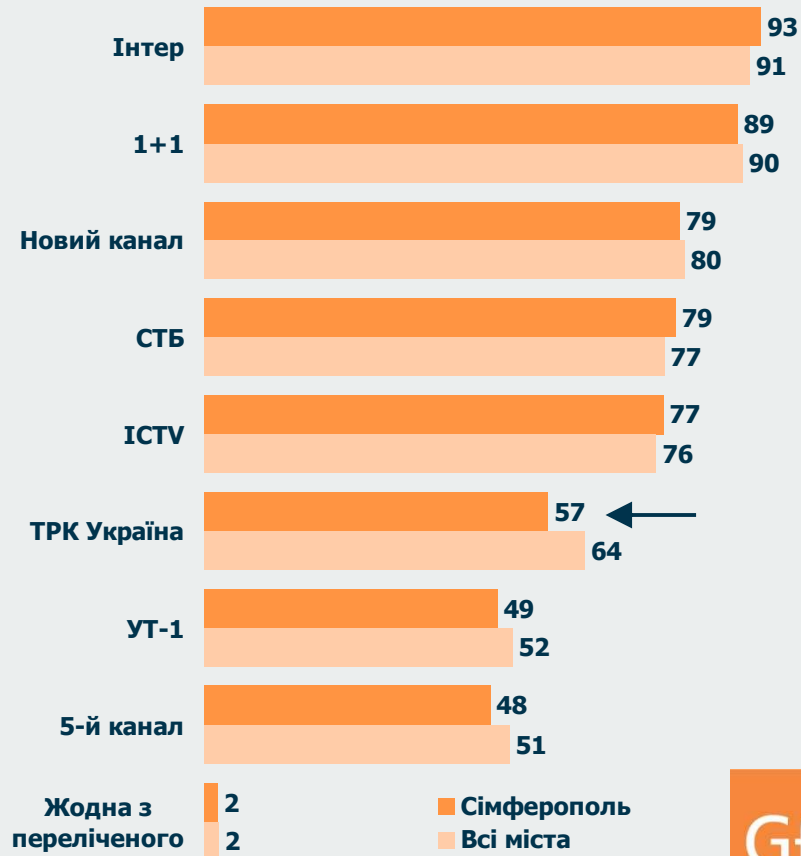
Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ПЕРЕГЛЯДУ ТЕЛЕКАНАЛІВ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=250

ПЕРЕГЛЯД В СІМФЕРОПОЛІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)

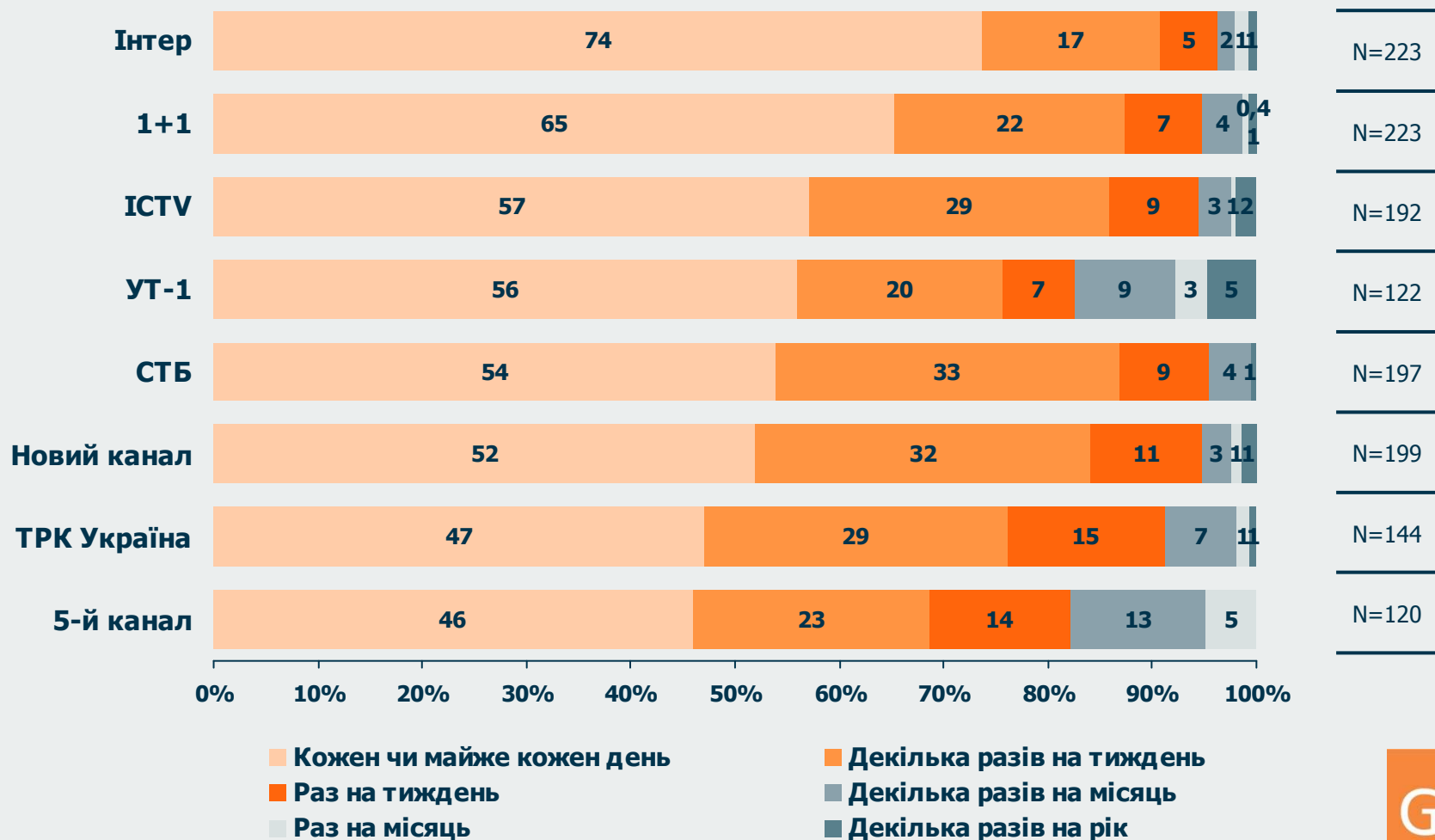


% до всіх респондентів, N(Сімферополь)=259, N(всі міста)=4450

Частота перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів (2008)

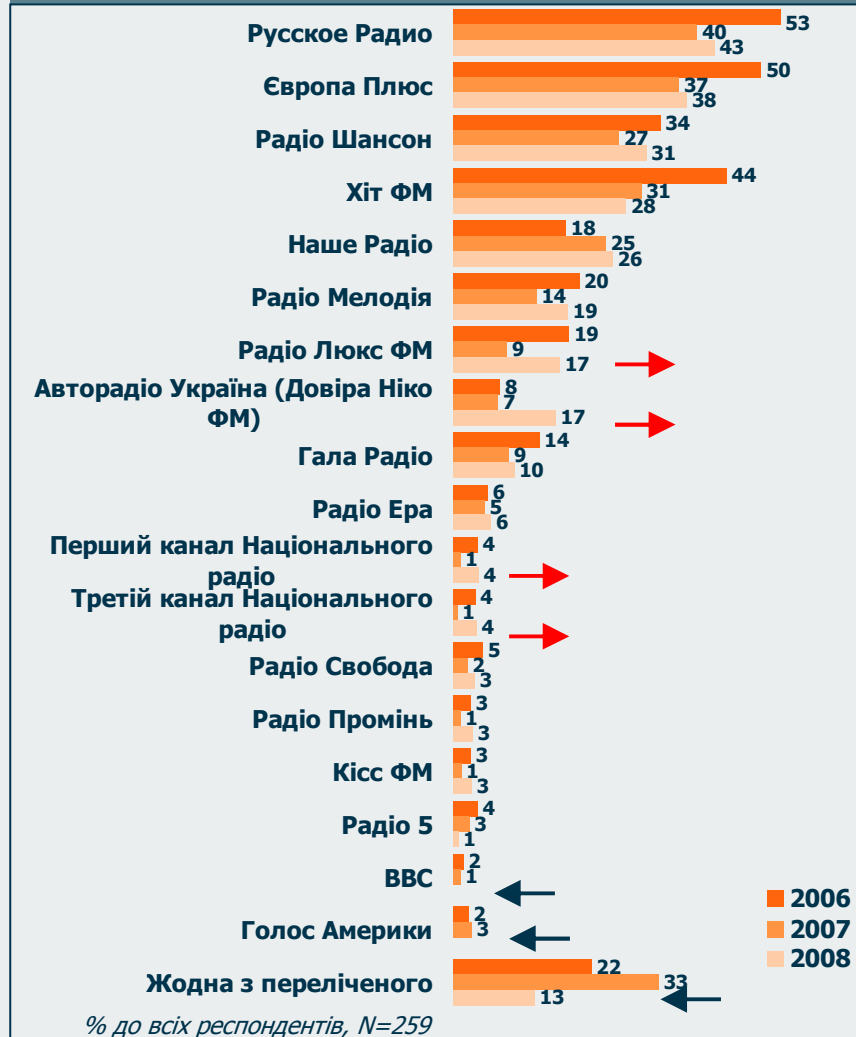
% до глядачів кожного національного телеканалу

13

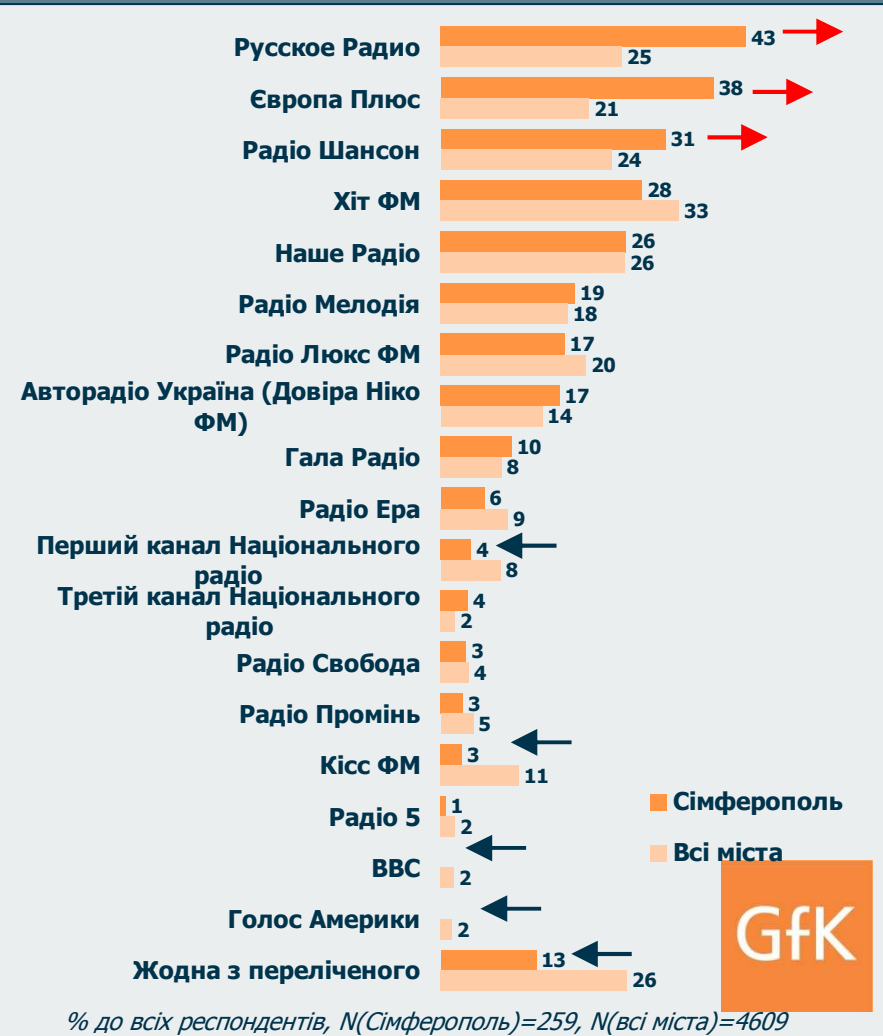


Слухання найпопулярніших національних радіостанцій протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА СЛУХАННЯ РАДІОСТАНЦІЙВ 2006-2008 РОКАХ

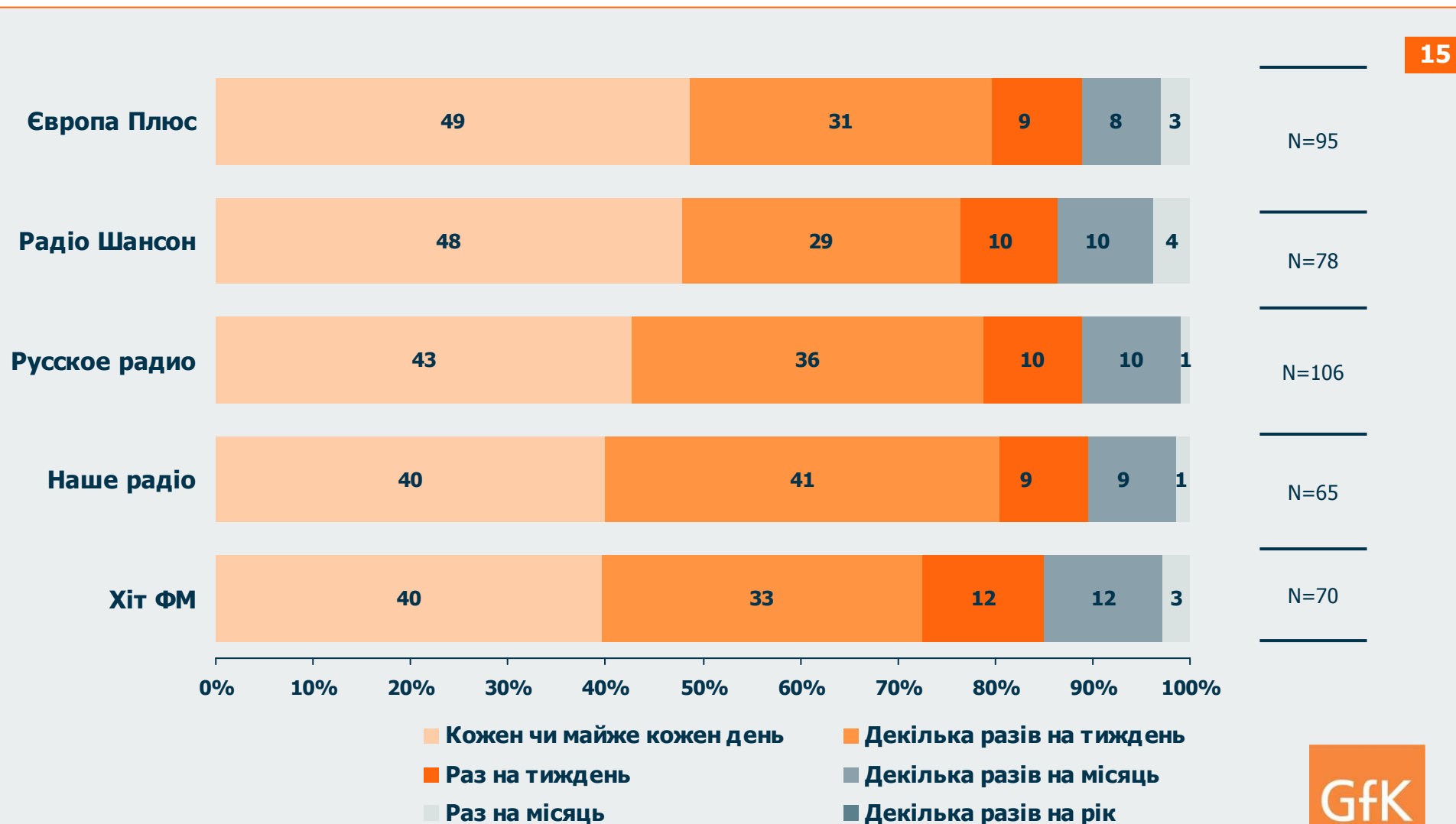


СЛУХАННЯ В СІМФЕРОПОЛІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



Частота слухання найпопулярніших національних радіостанцій (2008)

% до слухачів кожної національної радіостанції



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

4

Основні результати: Регіональні періодичні видання

Місцеві періодичні видання

Читання місцевих періодичних видань

- Порівняно з 2007 в 2008 рівень читання місцевої періодики в Сімферополі суттєво не змінився (90% в 2007 та 93% в 2008).
- У 2008 році лідерські позиції серед місцевих видань посіли "Удача"(47% читачів), "Сорока"(43%) і "Крымская правда" (36%). Рівень читання газет "Удача" та "Сорока" значно зріс (на 11% та 14% відповідно), а рівень читання у "Все для всех"(-19%), "Неделька" (-7%), "Своя газета" (-7%) та "Семь" (-6%) знизився.
- Серед читачів лише 2% читають кожен чи майже кожен випуск газети, а 83% – час від часу.

Рівень задоволеності місцевою пресою

- У порівнянні з 2007 в 2008 у Сімферополі рівень задоволеності усіма характеристиками регіональної преси без винятків зменшився.
- Найгірший рівень задоволені мають *Ціна та Об'єктивність та достовірність інформації*.
- **Головними недоліками** сімферопольських регіональних видань у порівнянні з усіма містами є *Оформлення видань, Ціна та Вичерпність інформації*. **Другорядними недоліками** є *Важливість інформації для читачів, Стиль подачі інформації, Об'єктивність та достовірність інформації та Оперативність подання інформації*, які мають середній рівень впливу на загальний рівень задоволеності, тому вони не головні, але все таки недоліки.
- Єдиною **головною перевагою** сімферопольських видань є *Наявність у продажу*.

Місця придбання місцевої преси

- У 2008 році кількість людей, що купують місцеві періодичні видання з рук зросла за рахунок тих, хто купував газети на вуличних розкладках. Місцем, де люди найчастіше купують пресу, залишаються газетні кіоски (55% у 2008).

Місце та час читання місцевої преси

- У 2008 році жителі Сімферополя стали частіше читати на вихідних (19% в 2007 і 38% в 2008). Більше людей стало читати періодику вранці замість ввечері. Кількість людей, які читають місцеву періодику на роботі, зросла з 11% до 17%, а в транспорті - з 2% до 7%. Кількість людей, які читають вдома, зменшилася на 16%, проте читання вдома й досі залишається найпопулярнішим місцем читання.

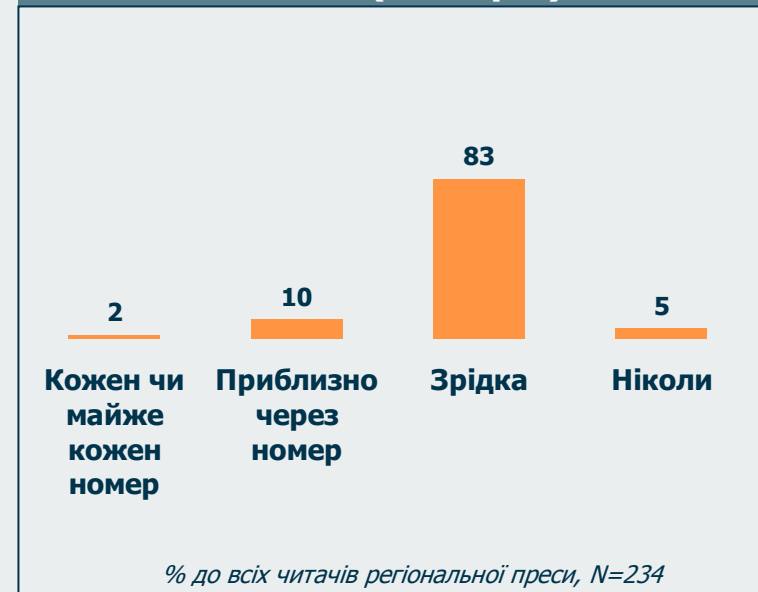
Читання регіональних періодичних видань

18

ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ

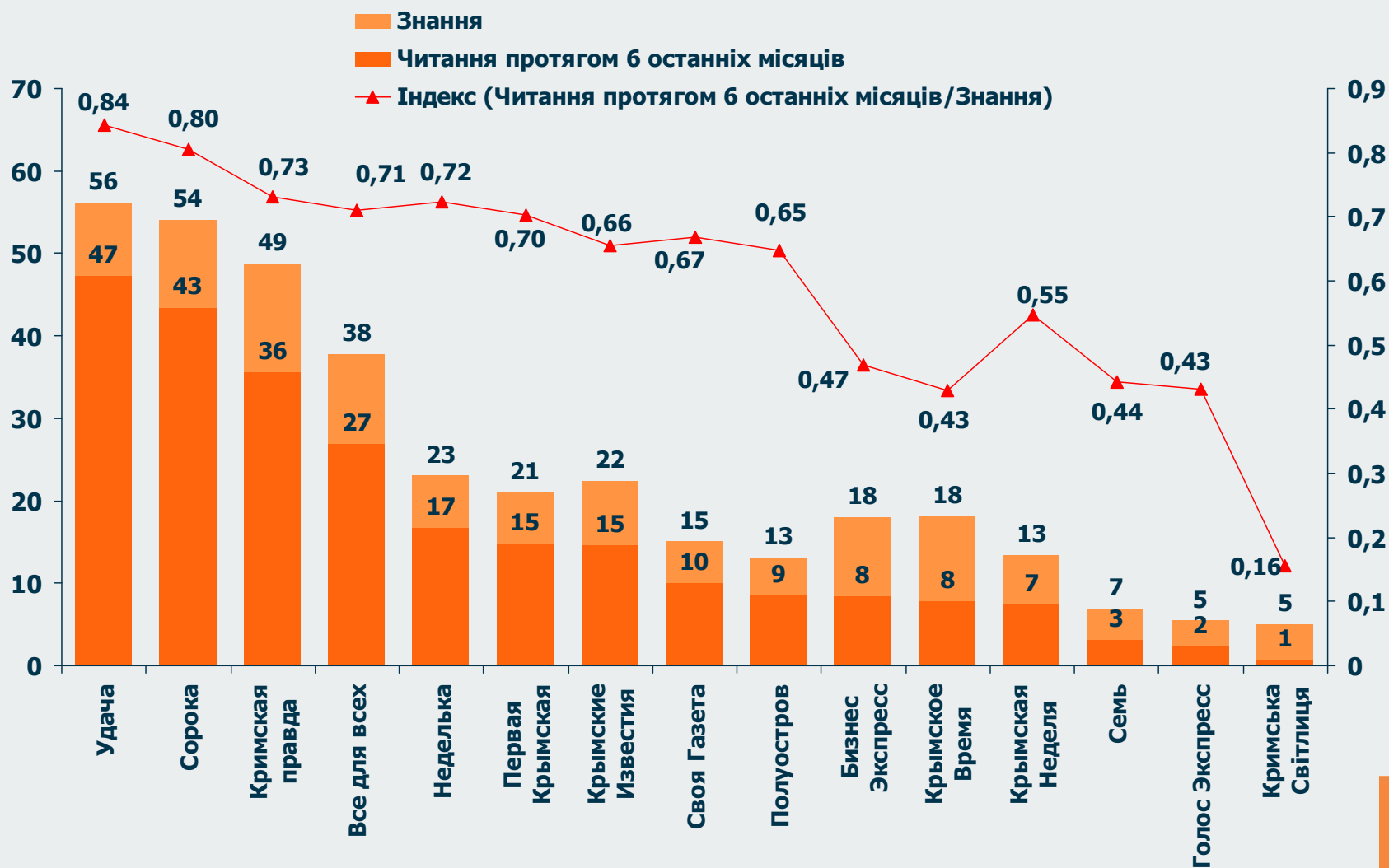


ЧАСТОТА ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (2008 рік)



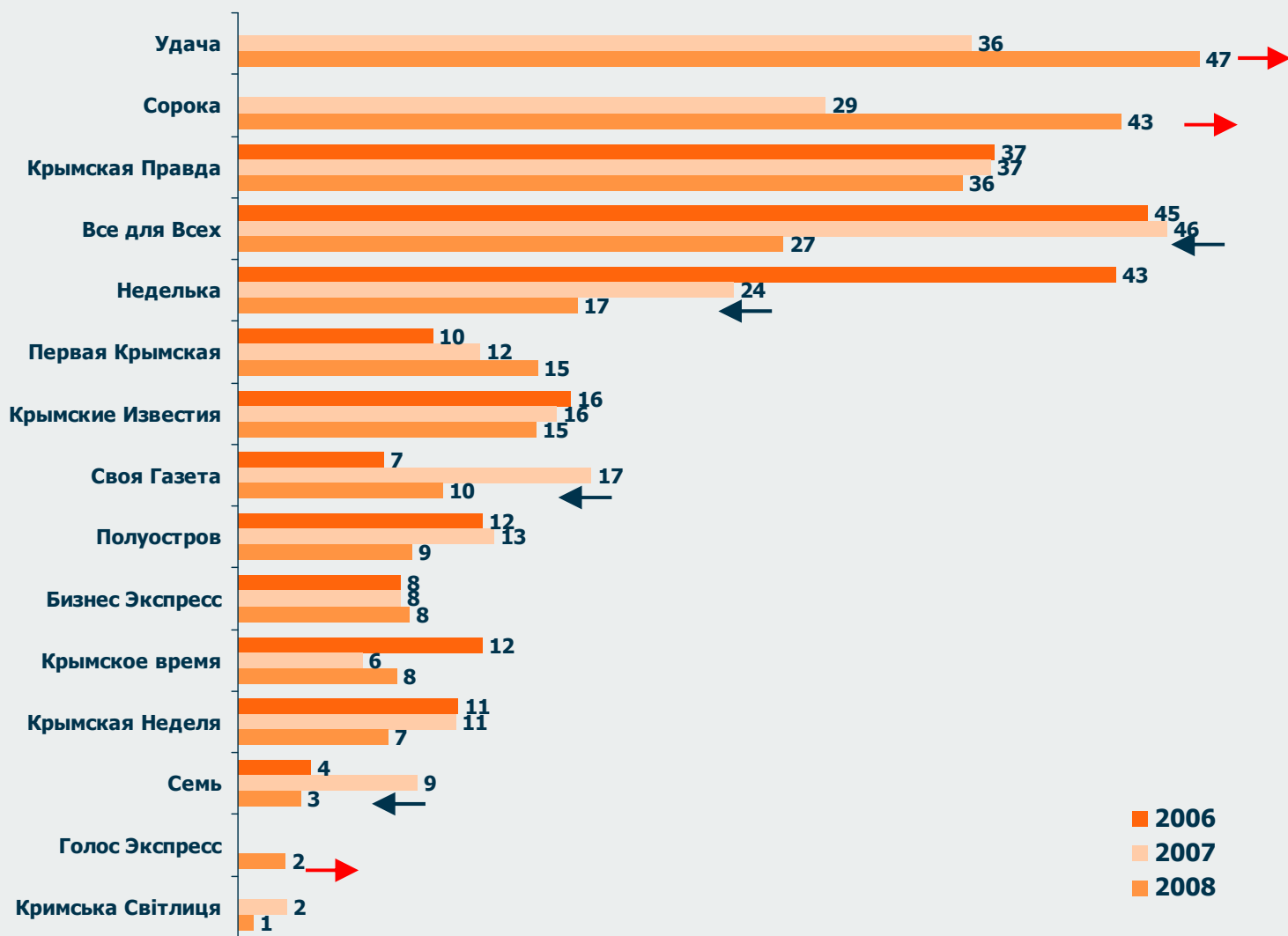
Знання та читання регіональної періодичної преси (2008)

% до всіх респондентів, N=250



Читання різних видань регіональної преси протягом останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, N=250



20

■ 2006
■ 2007
■ 2008

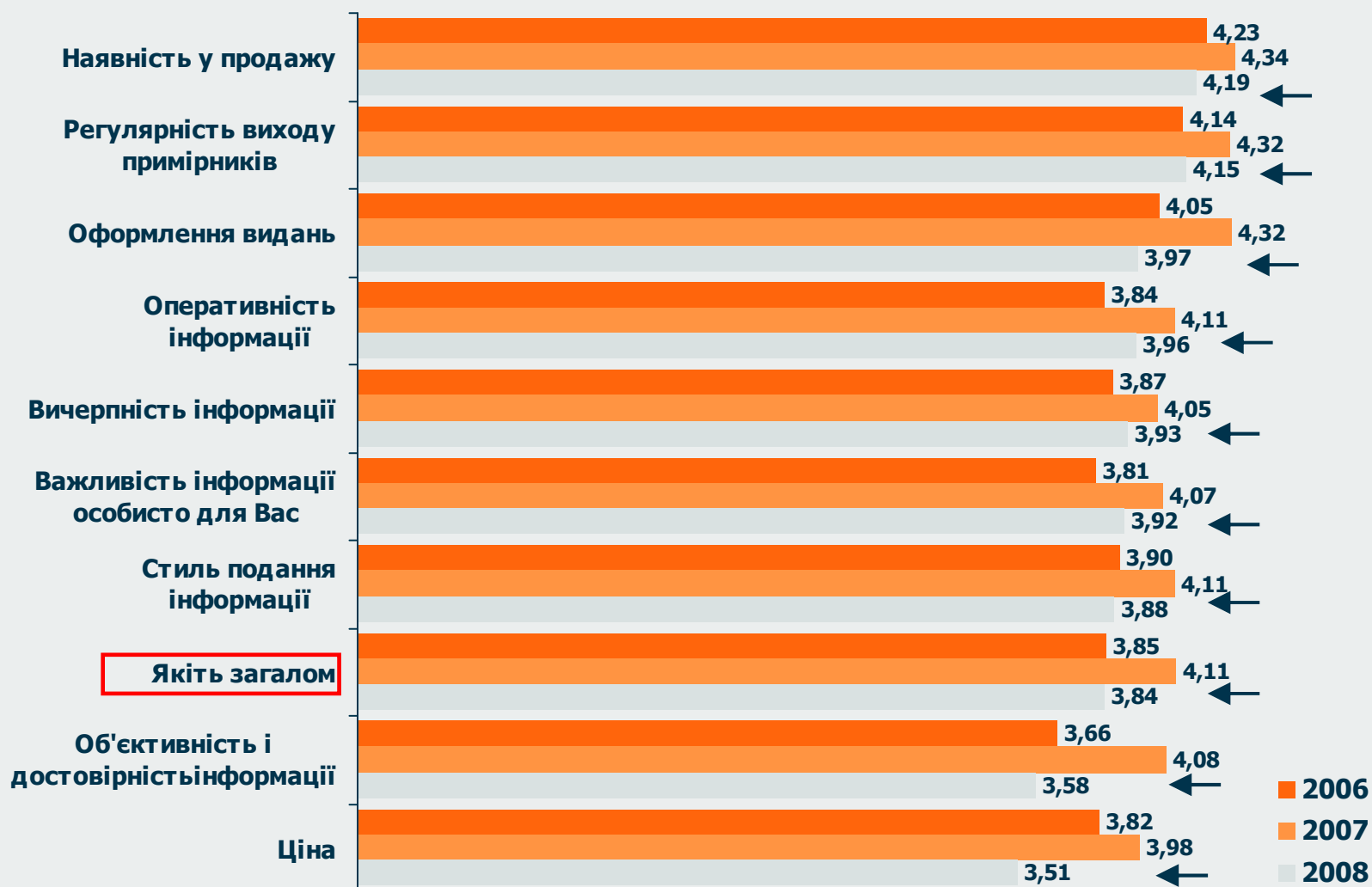
GfK

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

21



■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

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

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

22

Головні недоліки

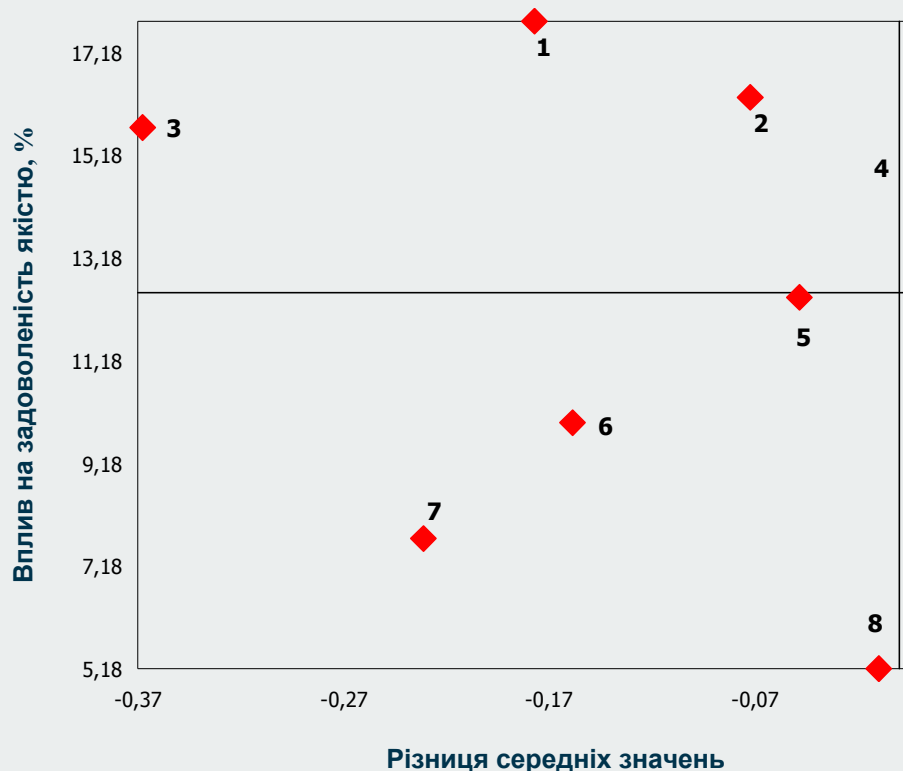
- 1 – Оформлення видань
- 2 – Вичерпність інформації
- 3 – Ціна

Другорядні недоліки

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

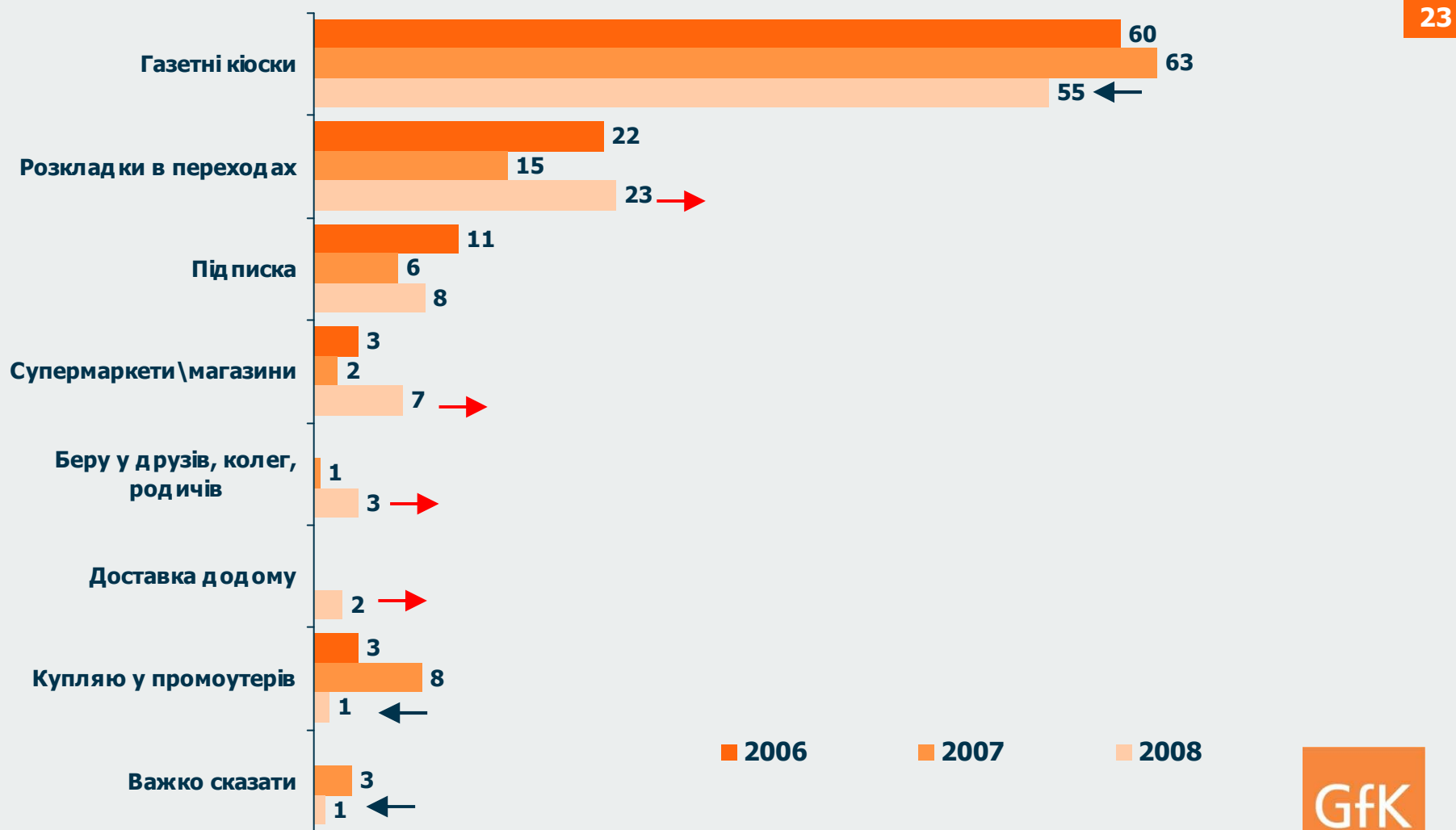
Головні переваги

- 4 – Наясність у продажу



Де Ви зазвичай купуєте регіональні періодичні видання?

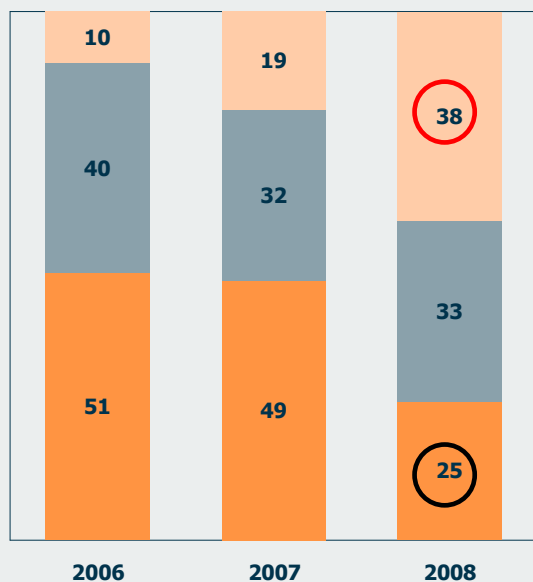
% до всіх читачів регіональної періодики, N=242



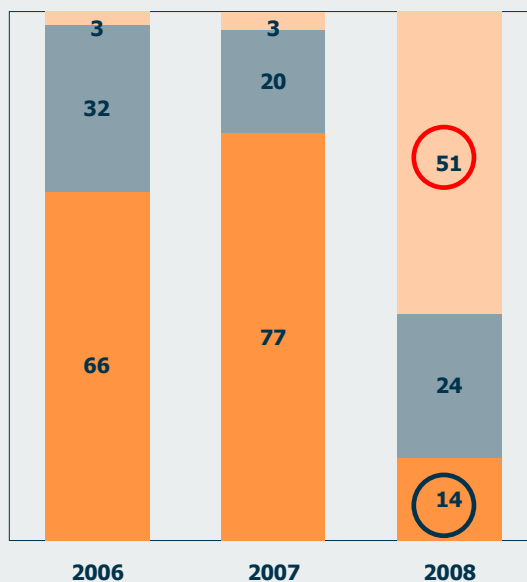
Час і місце читання регіональних періодичних видань

% до всіх читачів регіональної періодики, N=234

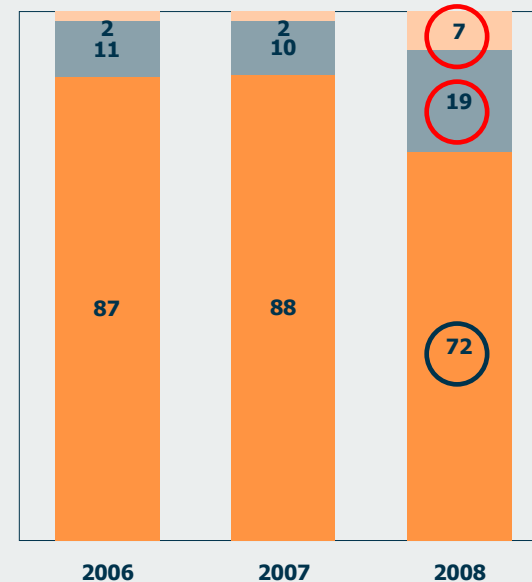
КОЛИ ВИ НАЙЧАСТІШЕ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



В ЯКИЙ ПЕРІОД ДНЯ ВИ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ ЧИТАЄТЕ
РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



■ На вихідних

■ В будні

■ Однаково часто і на вихідних, і в будні

■ Ввечері

■ Вдень

■ Вранці

■ Вдома

■ На роботі

■ В транспорті

5

Основні результати: Регіональне телебачення

Місцеві телеканали

Перегляд місцевих телеканалів

- Порівняно з 2007 в 2008 кількість глядачів місцевих телеканалів зменшилась на 32% до критично низького рівня (56%)
- У 2008 році найпопулярнішими місцевими телеканалами залишаються "Черноморская" (64% глядачів), "Жиса" (46%) та "ITV" (43%). Кількість глядачів усіх регіональних каналів значно зменшилась, окрім "Атлант-СВ", який збільшив свою популярність з 3% в 2007 році до 6% в 2008. Найбільше кількість глядачів зменшилась у телеканалі "Неаполь" (з 46% до 19%).
- У 2008 році лише 28% глядачів дивляться місцеві телеканали щодня або майже щодня і 28% дивляться їх кілька разів на тиждень.

Задоволеність від перегляду інформаційних програм місцевих телеканалів

- Рівень задоволеності більшістю характеристик місцевих телепередач істотно знизився.
- **Головними недоліками** сімферопольських інформаційних телепрограм є *Технічна доступність, Оформлення програми та Важливість інформації для глядачів.*
- До **другорядних недоліків** належать *Стиль подання інформації, Вичерпність поданої інформації, Оперативність подання інформації, Час трансляції передач та Об'єктивність та достовірність інформації.*
- У порівнянні з інформаційними програмами в усіх містах сімферопольські телепрограми не мають переваг.

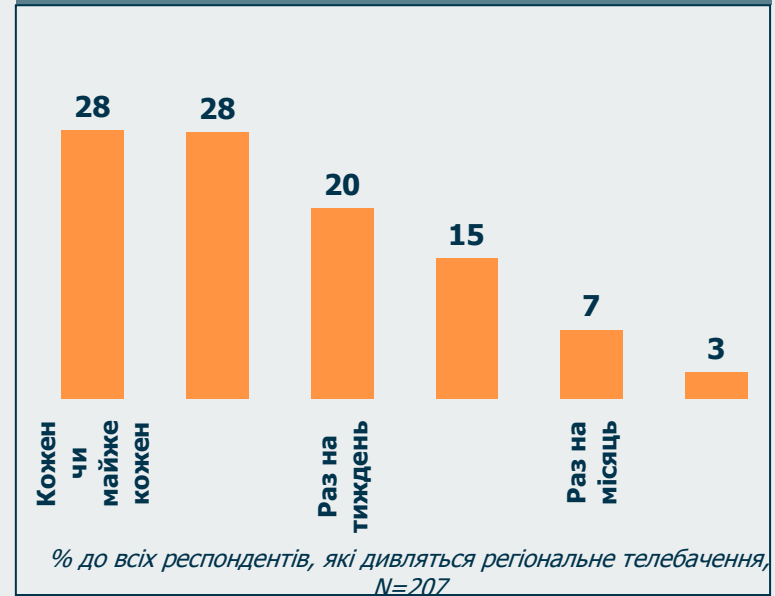
Перегляд регіонального телебачення

27

ПЕРЕГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

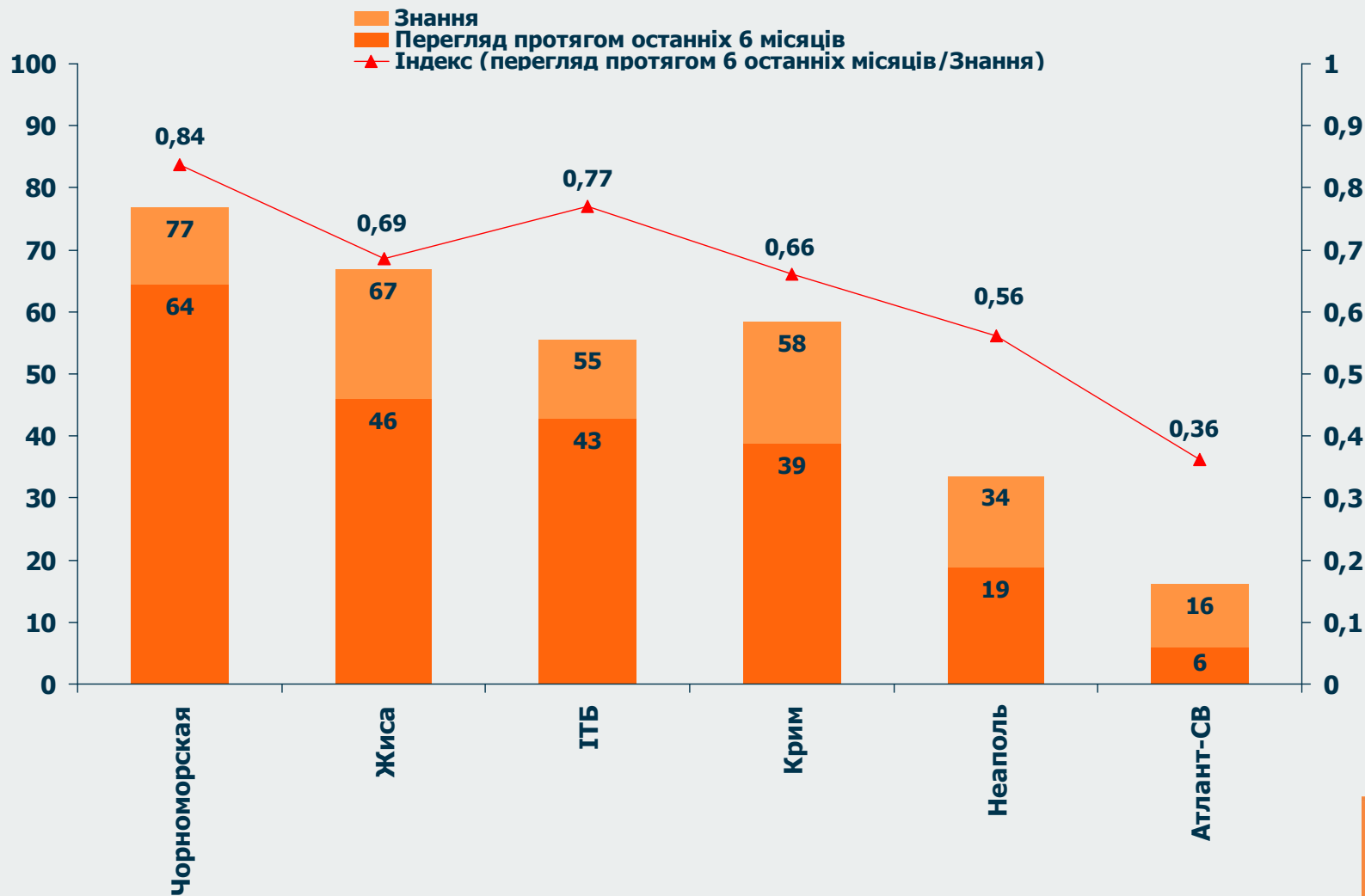


ЧАСТОТА ПЕРЕГЛЯДУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ (2008)



Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів (2008)

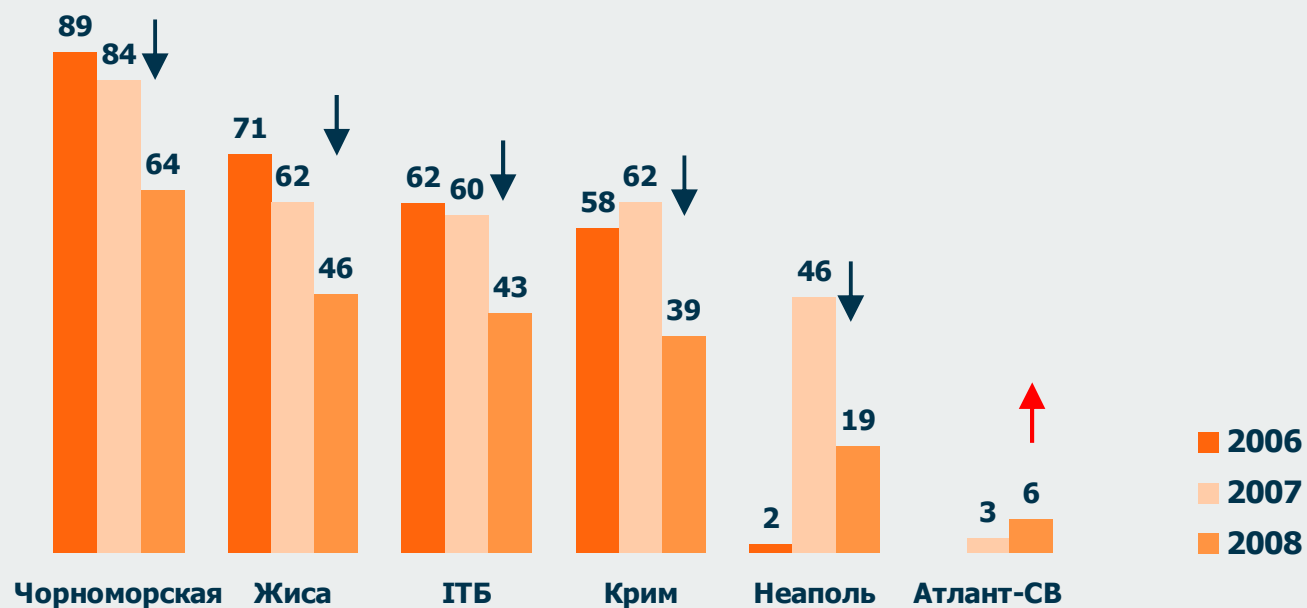
% до всіх телеканалів, N=250



Перегляд регіональних телевізійних каналів впродовж останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, N=250

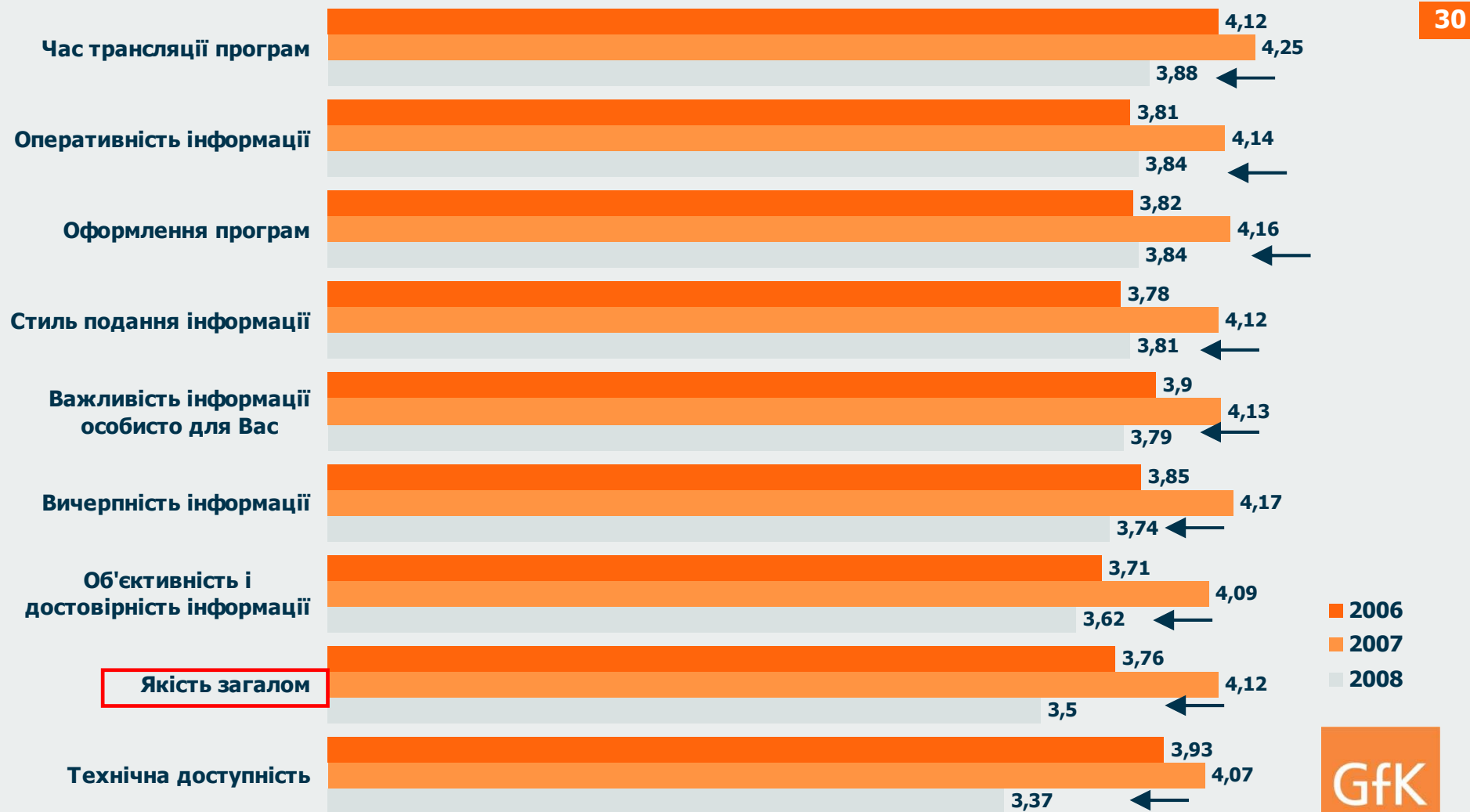
29



Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм

Середні величини

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



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

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

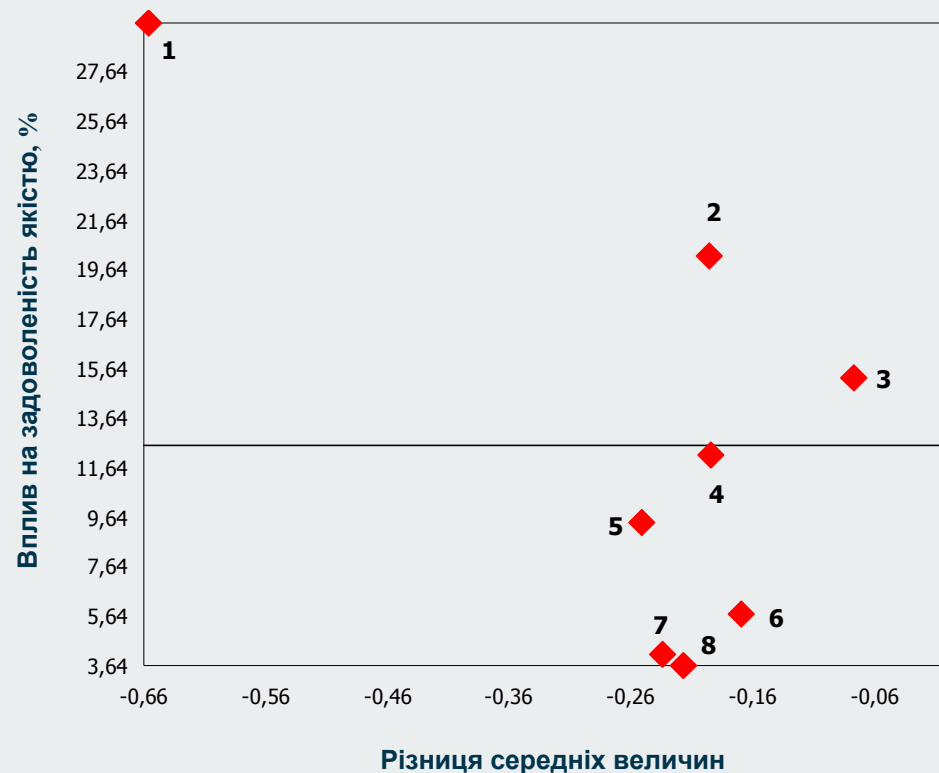
31

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



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 в 2008 кількість слухачів місцевого радіо в Сімферополі зросла до 87% з 66% в 2007.
- У 2008 році з'явився ще один новий лідер "Транс-М-радіо" з 42% слухачів за останні 6 місяців.
- Такі регіональні радіостанції як "Ассоль"(29%) та "Лідер"(26%) посіли відповідно друге та третє місце.
- У 2008 році в порівнянні з 2007 не відбулося значних змін в популярності місцевих станцій, окрім "Крим" та "Рекорд", які приблизно подвоїли свою аудиторію.
- Частота слухання радіо в 2008 році зменшилася. Лише 31% слухачів слухають радіо кожного дня чи майже кожного дня і 23% – кілька разів на тиждень.

Задоволеність інформаційними програмами місцевого радіо

- У порівнянні з 2007 в 2008 рівень задоволеності більшістю характеристик місцевих радіостанцій трохи знизився. Тільки задоволення *Оперативністю подання інформації* не змінилося. Найвищий рівень задоволеності має *Періодичність виходу радіопрограм*, а найнижчий – *Об'єктивність та достовірність інформації*. Немає ніяких переваг, які б могли зробити популярність сімферопольських радіостанцій вищою, ніж у всіх містах.
- **Головні недоліки** сімферопольських регіональних інформаційних радіопрограм полягають в *Оформленні матеріалів, Вичерпності поданої інформації та Стилї подання інформації*. До **другорядних недоліків належать** *Оперативність забезпечення інформацією, Об'єктивність та достовірність інформації, Актуальність та Періодичність виходу радіопрограм*.

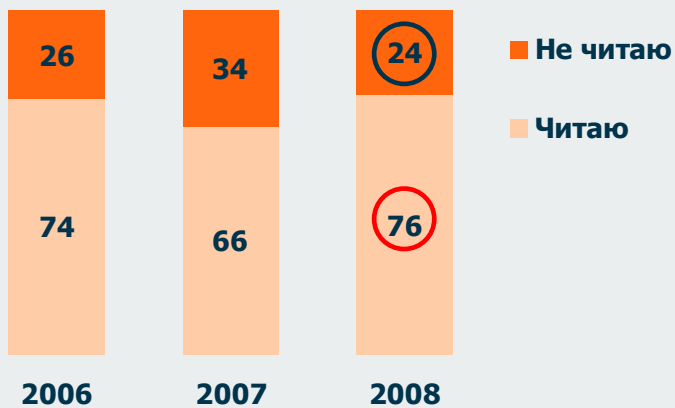
Причини не слухання місцевих радіостанцій

- Головною причиною, щоб не слухати місцеві радіостанції, для респондентів є той факт, що вони взагалі не слухають радіо (33%), 29% вказали на недостатню кількість цікавої для них інформації. І 9% опитаних стикнулися з технічними проблемами прийому місцевих радіостанцій.

Слухання регіональних радіостанцій

34

СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ



% до всіх респондентів, N=250

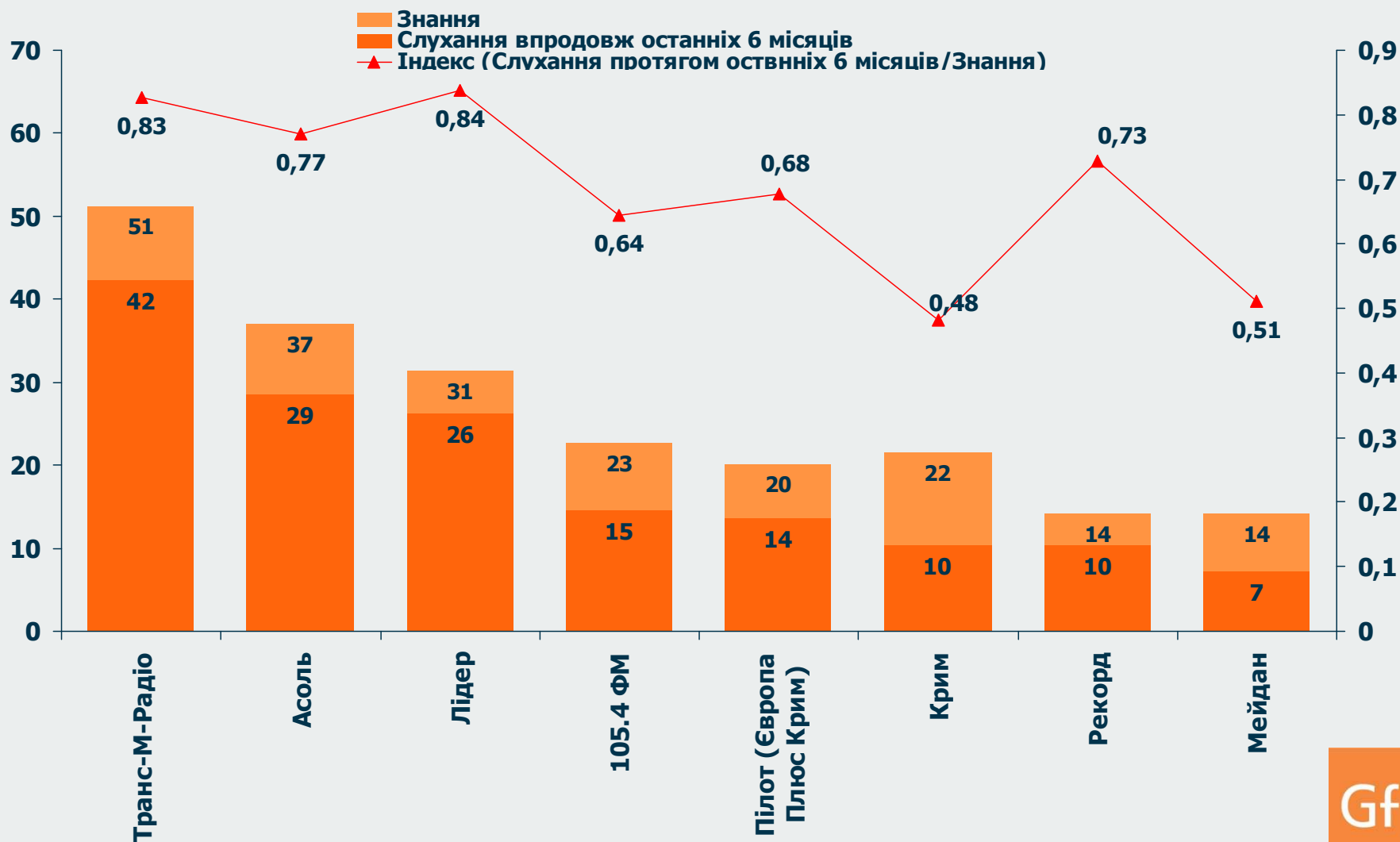
СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ (2008 РІК)



% до всіх слухачів регіонального радіо, N=189

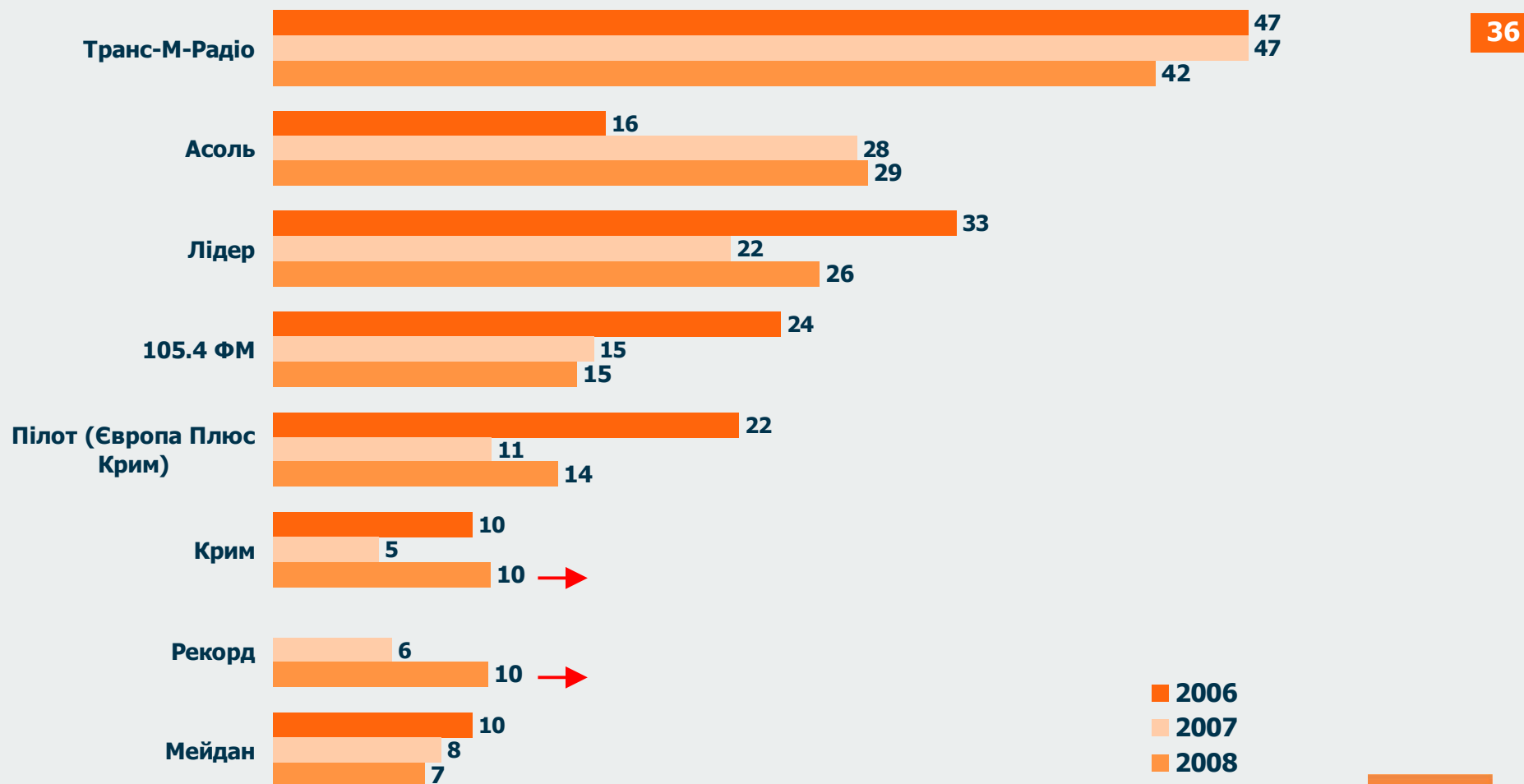
Знання та слухання регіональних радіостанцій (2008)

% до всіх респондентів, N=250



Слухання регіональних радіостанцій впродовж останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, N=250

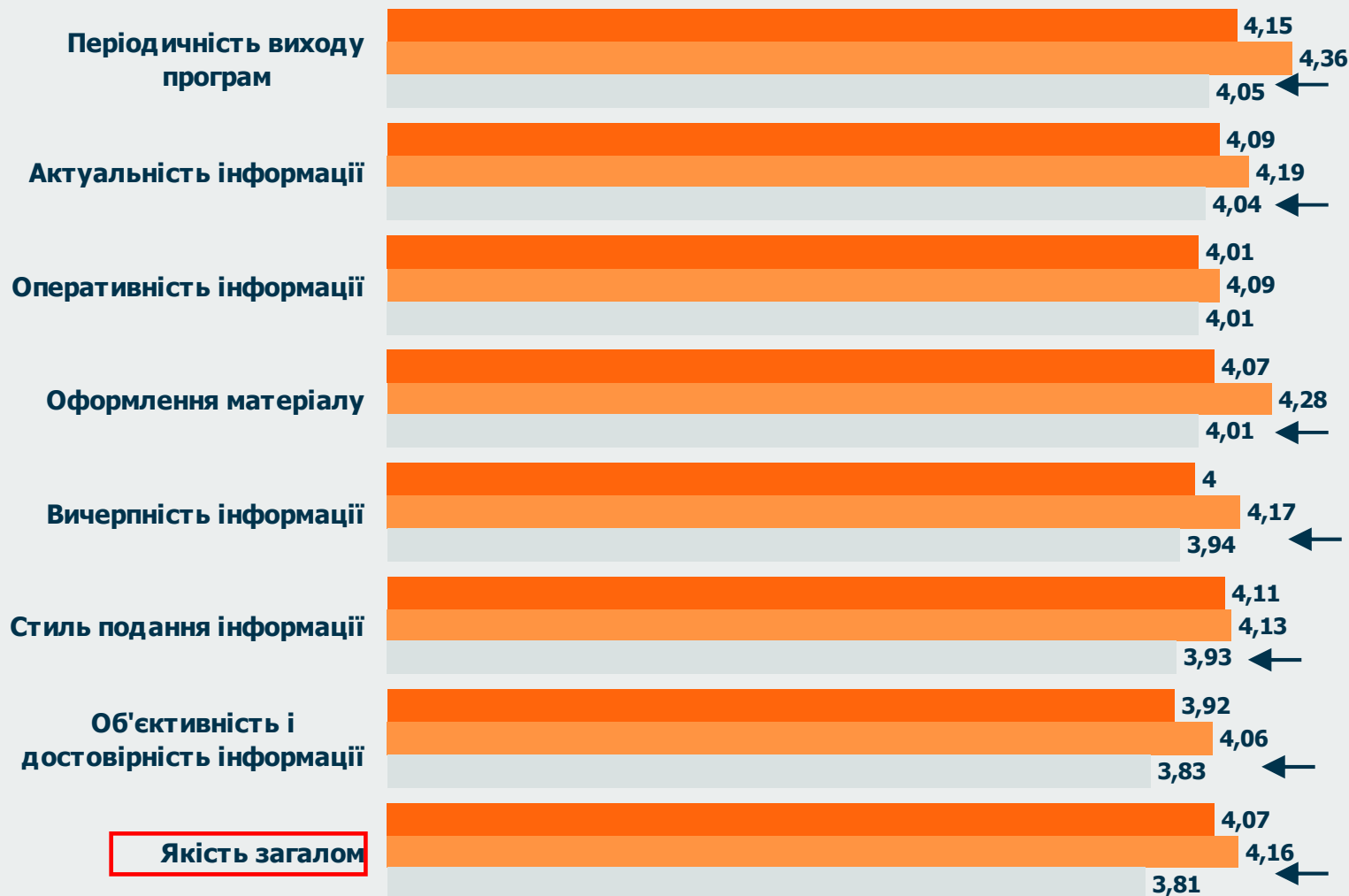


Задовolenість характеристиками регіональних інформаційних радіопрограм

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

37



■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

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

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

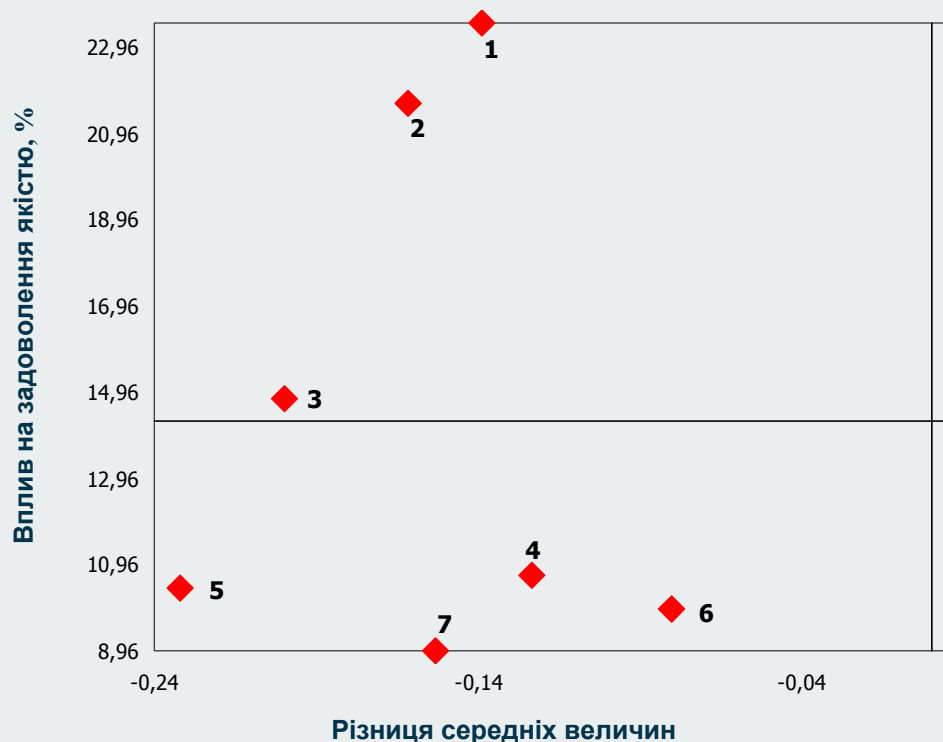
38

Головні недоліки

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

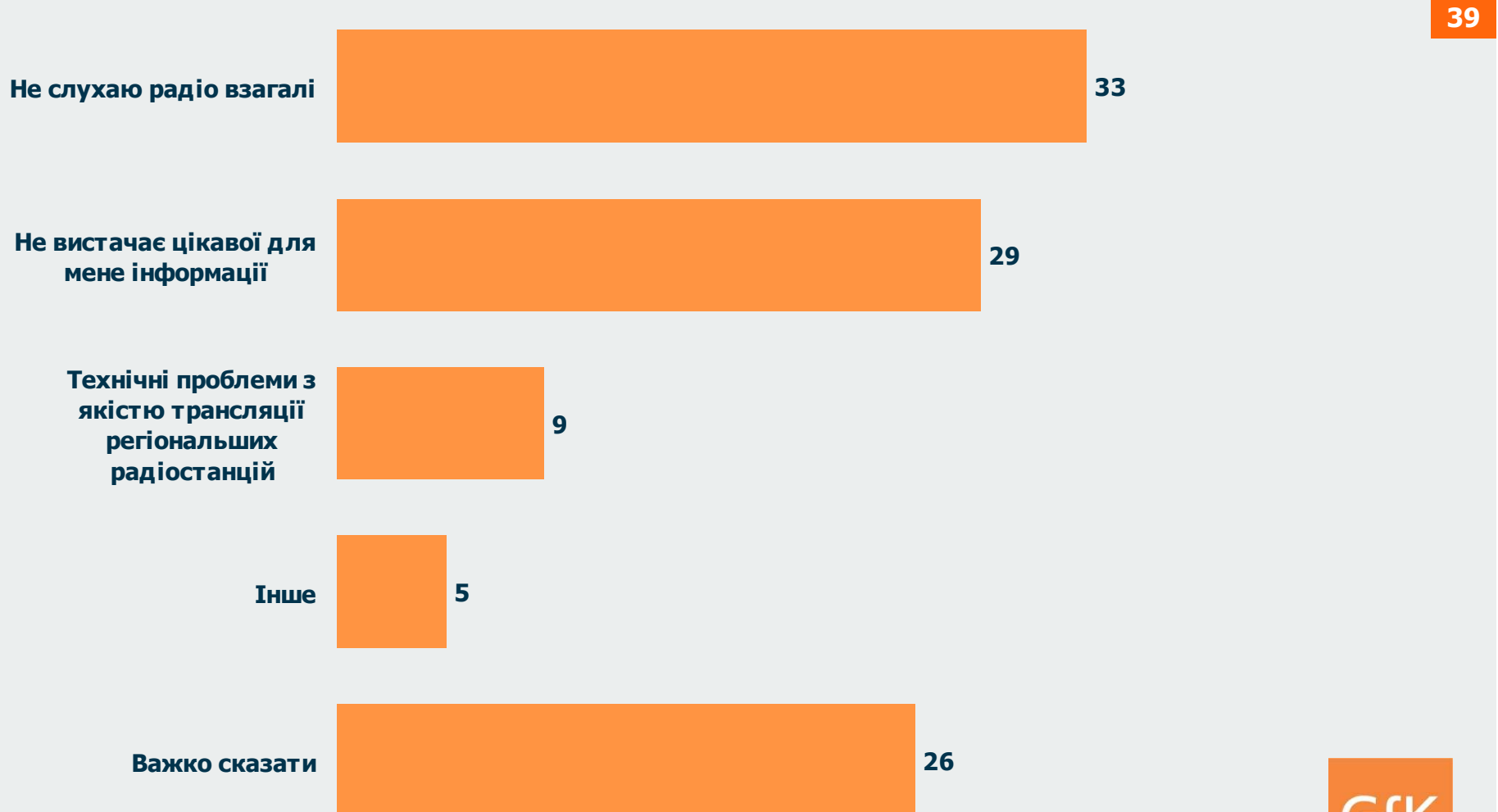
Другорядні недоліки

- 4 – Оперативність інформації
- 5 – Об'єктивність і достовірність інформації
- 6 – Актуальність інформації
- 7 – Періодичність трансляції



Чому Ви не слухаєте регіональне радіо?

% до всіх респондентів, які не слухають регіональне радіо, N(2008)=61



7

Основні результати: Тематика регіональних ЗМІ

Оцінка типів інформації: пояснення матриці

41

Матриця оцінки пріоритетів

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

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



Користування Інтернетом

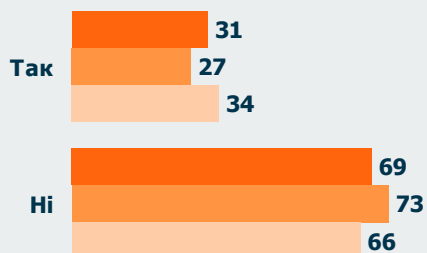
Користування Інтернетом

- У 2008 кількість людей, що послуговуються Інтернет істотно не змінилася (27% в 2007 та 34% в 2008).
- Частота користування Інтернетом теж значно не змінилася. На 17% менше користувачів Інтернету послуговуються ним кілька разів на місяць. Кількість тих, хто користується Інтернетом кілька разів на тиждень, трохи зросла з 30% в 2007 до 41% в 2008. Кількість щоденних користувачів Інтернетом не змінилася (33%).
- У 2008 році, як і в 2007, найчастіше респонденти користувалися Інтернетом вдома (34%), на роботі (28%) та в громадських місцях (25%).
- У 2008 році друкована та Інтернет-версії газет є приблизно однаково бажана для читачів, які користуються Інтернетом. Це через те, що кількість тих хто скоріше б обрав Інтернет-версію зросла на 14%, а частка тих хто надає перевагу виключно друкованій версії впала на 10% порівняно з 2007 роком.

Користування Інтернет

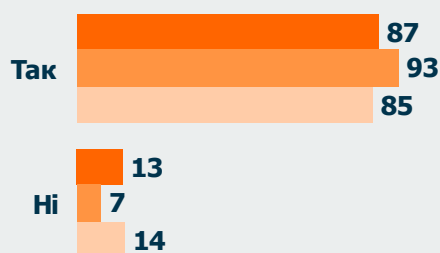
45

ЧИ КОРИСТУЄТЕСЬ ВИ ІНТЕРНЕТ?

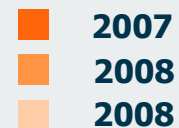


% до всіх респондентів, N=250

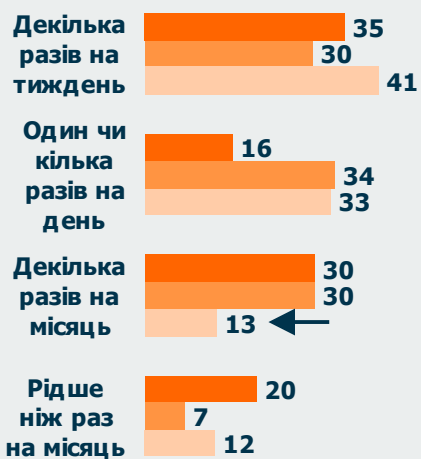
ЧИ КОРИСТУВАЛИСЯ ВИ ІНТЕРНЕТОМ ХОЧА Б ОДИН РАЗ ВПРОДОВЖ ОСТАННІХ 4 ТИЖНІВ?



% до всіх Інтернет користувачів. N=85



ЯК ЧАСТО ОСОБИСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=85

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до користувачів Інтернет. N=85

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



% to all Internet users. N=85

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.

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

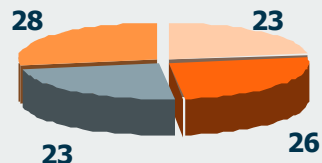
48

СТАТЬ



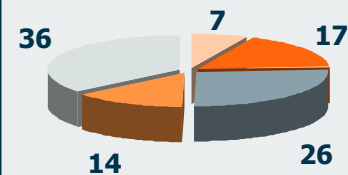
■ Чоловіча ■ Жіноча

ВІК



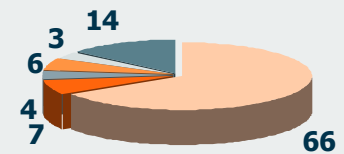
■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-55

ОСВІТА



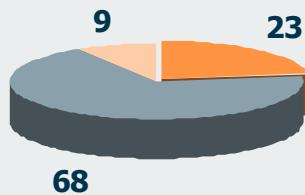
■ Незакінчена середня освіта
■ Середня освіта
■ Середня спеціальна освіта
■ Незакінчена вища освіта
■ Вища освіта

ЗАЙНЯТІСТЬ



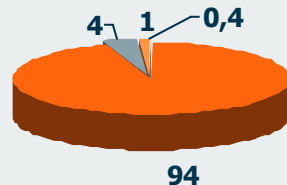
■ Зайнятий
■ Самозайнятий
■ Тимчасово незайнятий
■ Пенсіонер
■ Займається домогосподарством
■ Студент\учень

НАЦІОНАЛЬНІСТЬ



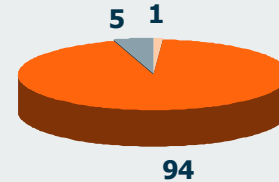
■ Українська ■ Російська
■ Інша

МОВА СПІЛКУВАННЯ НА РОБОТІ



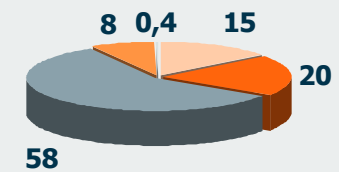
■ Українська ■ Російська
■ Інша ■ Не працюю

МОВА СПІЛКУВАННЯ ВДОМА



■ Українська ■ Російська
■ Інша

РІВЕНЬ ДОБРОБУТУ



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

GfK