

Регіональні ЗМІ в Україні: Запоріжжя 2008

Звіт про дослідження
Відділ досліджень ринків послуг
ГФК Україна
Травень 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: Запоріжжя та всі міста (2008 рік)

Місця купівлі регіональних періодичних видань

Час та місця читання регіональних періодичних видань

Причини не 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: Запоріжжя 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: Запоріжжя та всі міста (2008 рік)

Причини не слухання місцевих радіостанцій

7. Тематика регіональних ЗМІ

8. Користування Інтернетом

9. Опис вибірки



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 в Запоріжжі: основні результати

Читання/перегляд/слухання ЗМІ в 2008

6

- У 2008 році не відбулося значних змін користування медіа як на національному, так і на місцевому рівні у порівнянні з попереднім роком. **Рівень читання національної періодики в Запоріжжі зріс на 3% з 50% в 2007 до 53% в 2008.**
- **Кількість глядачів місцевих телеканалів збільшилась на 4% з 93% до 97%, в той час як читання та слухання місцевих ЗМІ не змінилися.**

Рівень задоволеності регіональними ЗМІ в 2008

- В 2008 році порівняно з 2007 **загальний рівень задоволеності місцевою пресою зріс, в той час як рівень задоволеності інформаційними програмами на місцевих теле- та радіостанціях зменшився.**

Основні теми місцевого медіа 2008

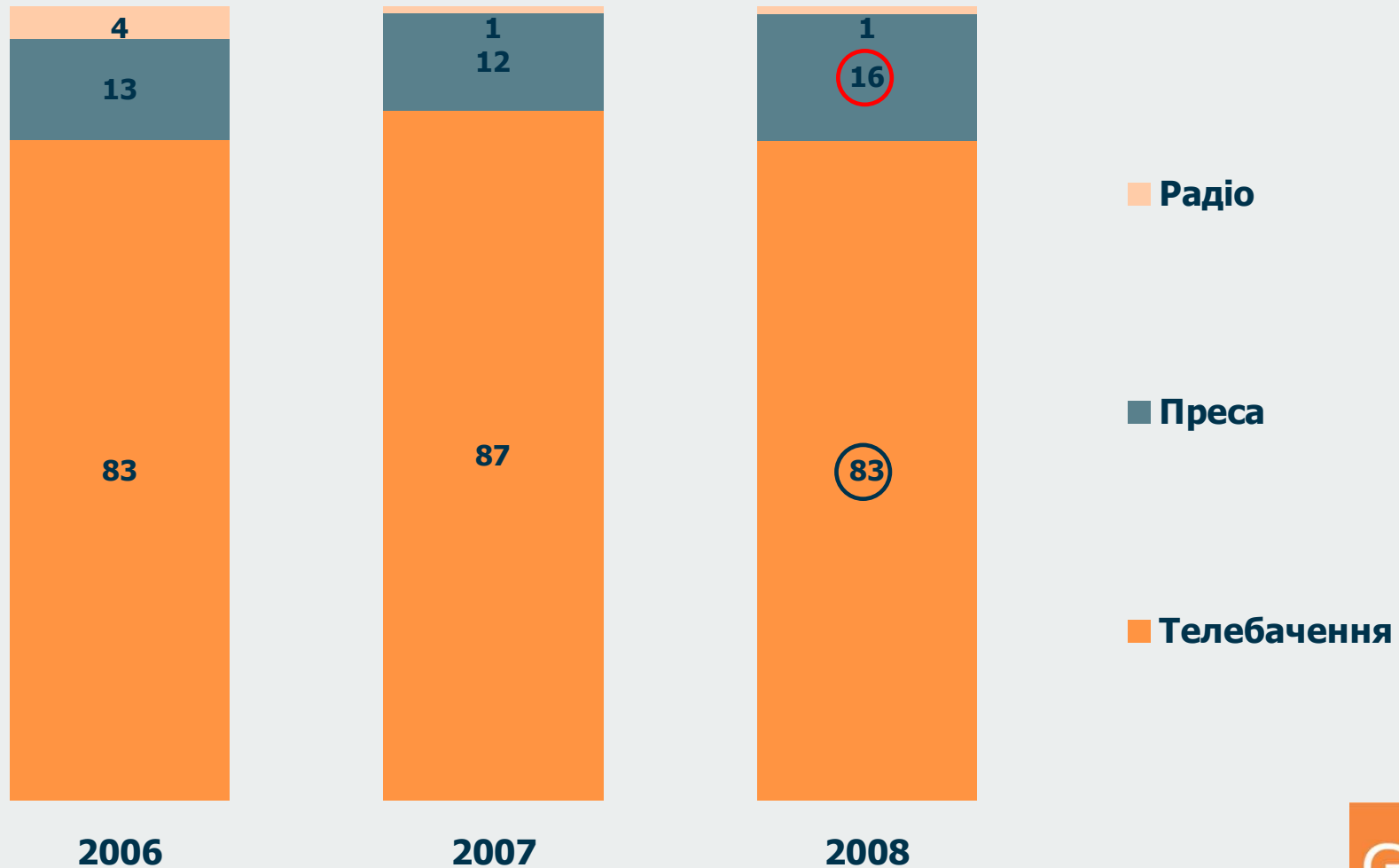
- У 2008 році аудиторія втратила інтерес до тем **Сім'я/Діти, Здоров'я, Відпочинок/Подорожі, Неймовірні факти/випадки, Природа/Тваринний світ, Екологія/Проблеми довкілля**, по яких було недостатньо інформації в 2007 році. Натомість з'явилися нові прогалини в темах **Аналіз нових законів, Інформація про різні галузі промисловості та Освіта.**

Преференції певних типів інформаційних джерел в 2008

- Кількість людей, які воліли б отримувати інформацію переважно з телебачення, зменшилась на 4% (з 87% до 83%) за рахунок збільшення тих, хто б хотів отримувати інформацію з періодики (12% в 2007 і 16% в 2008). Приблизно 83% респондентів надають перевагу отримувати інформацію з телепередач і 16% – з періодичних видань.

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

% до всіх респондентів, N=350





Національні ЗМІ

Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні видання

- Порівняно з 2007 в 2008 в Запоріжжі рівень читання національних періодичних друкованих видань зріс на 3% (53% в 2008 проти 50% в 2007).
- У 2008 газета "Факты и комментарии" здобула на 6% більше читачів і стала найпопулярнішим щоденним виданням (31%), тоді як "Комсомольская правда в Украине", лідер попереднього року, посідає друге місце (26%). У "Сегодня" збільшилася аудиторія в 2008 році, як і у більшості інших видань.
- Більшість щоденних національних видань мають менше читачів у Запоріжжі, ніж в усіх містах, окрім газети "Факты и комментарии", яка більш популярна в Запоріжжі.

Найпопулярніші національні телеканали

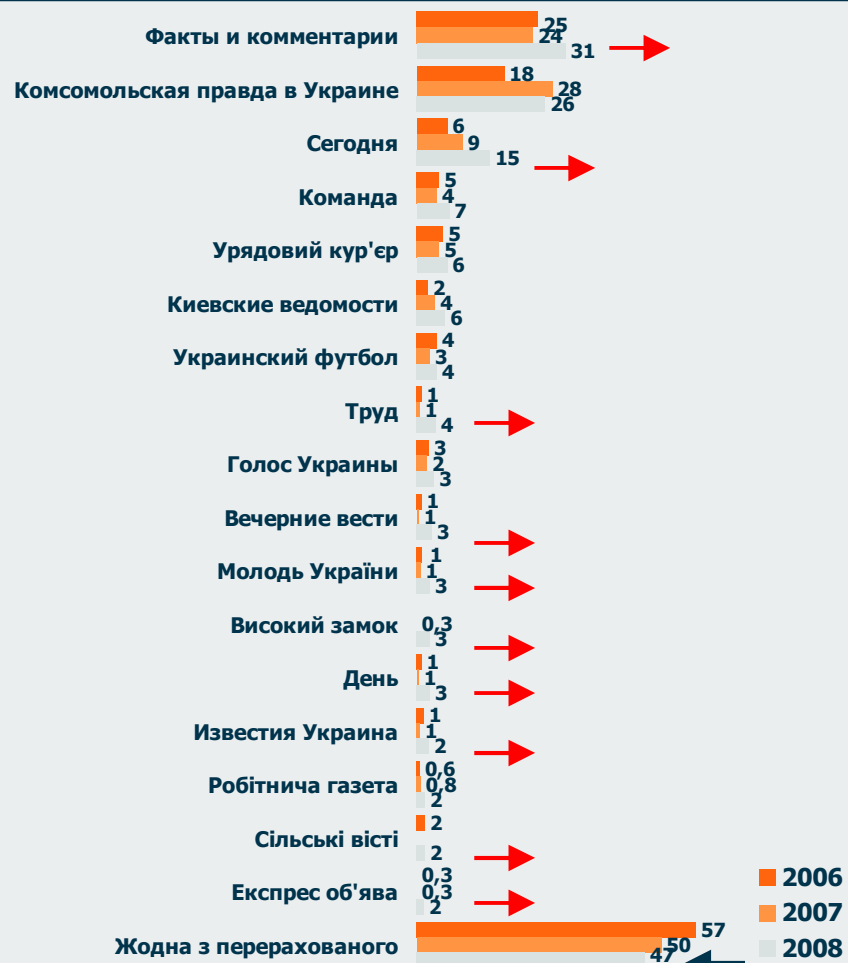
- Порівняно з 2007 в 2008 загальний рівень перегляду найпопулярніших національних телеканалів не змінився. В Запоріжжі лідирує "1+1" (96%), тоді як "СТБ", "Інтер" та "Новий" мають 91% глядачів кожен. У 2008 кількість глядачів "СТБ", "ІСТV", "УТ-1" та "5 канал" зросла приблизно на 10% для кожного каналу.
- Порівняно з іншими містами у Запоріжжі більшість каналів є популярнішими. Найбільша різниця відзначена для "СТБ", який на 14% популярніший в Запоріжжі, ніж у всіх містах.
- Жителі Запоріжжя найчастіше переглядають канали "Інтер" та "1+1". Приблизно 70% глядачів дивляться їх кожен чи майже кожен день. Канал, який дивляться найрідше, є "УТ-1" з близько 23% глядачів, що дивляться його щодня.

Найпопулярніші національні радіостанції

- У 2008 кількість людей, що слухають найбільш популярні національні радіостанції, помітно не змінилася (74% в 2008 проти 76% в 2007).
- У 2008 році "Радіо Шансон" (30%) обігнало "Хіт ФМ" (29%). "Русское радио" (27%) залишається на третьому місці в Запоріжжі. У багатьох радіостанцій аудиторія зросла, серед них "Європа плюс" має найбільший зріс (з 9% до 22%).
- У Запоріжжі порівняно з іншими містами популярнішими є "Радіо Шансон" та "Кісс ФМ", тоді як "Хіт ФМ", "Наше радіо" і "Радіо 5" менш популярні.
- "Хіт ФМ", "Перший канал національного радіо" та "Авторадіо України (Довіра Ніко ФМ)" слухають найчастіше, приблизно 50% слухачів слухають їх щодня.

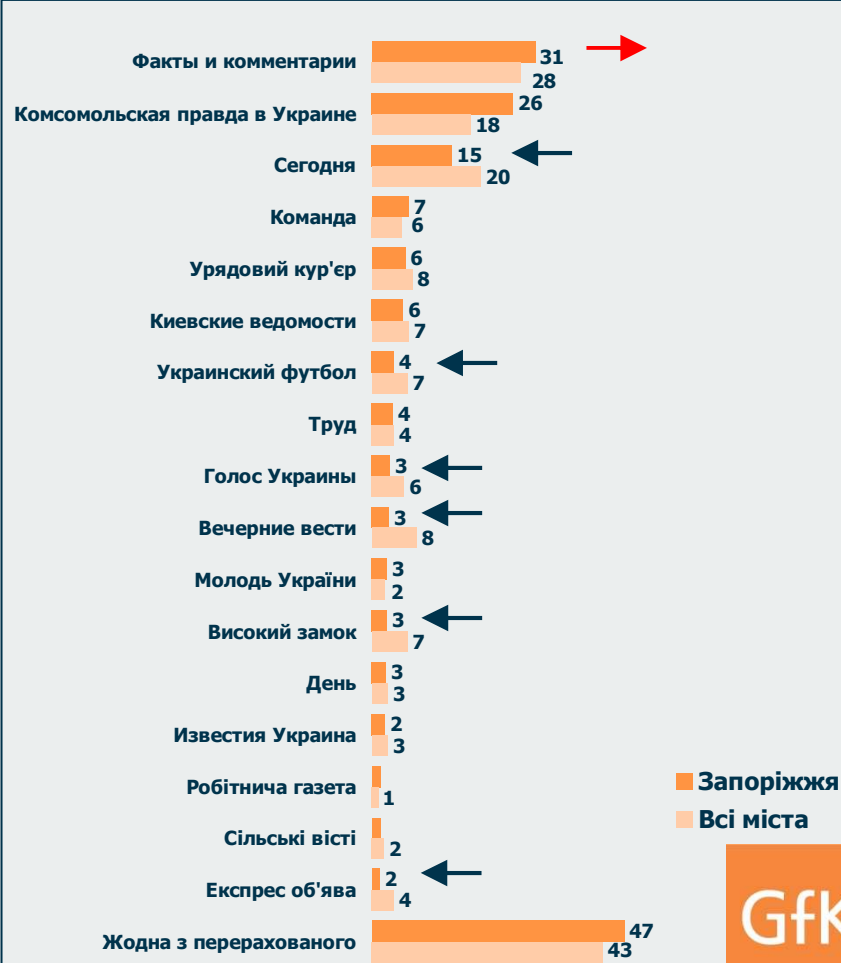
Читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ЧИТАННЯ ВИДАНЬ У 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N(в кожній хвили)=350

ЧИТАННЯ В ЗАПОРІЖЖІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)

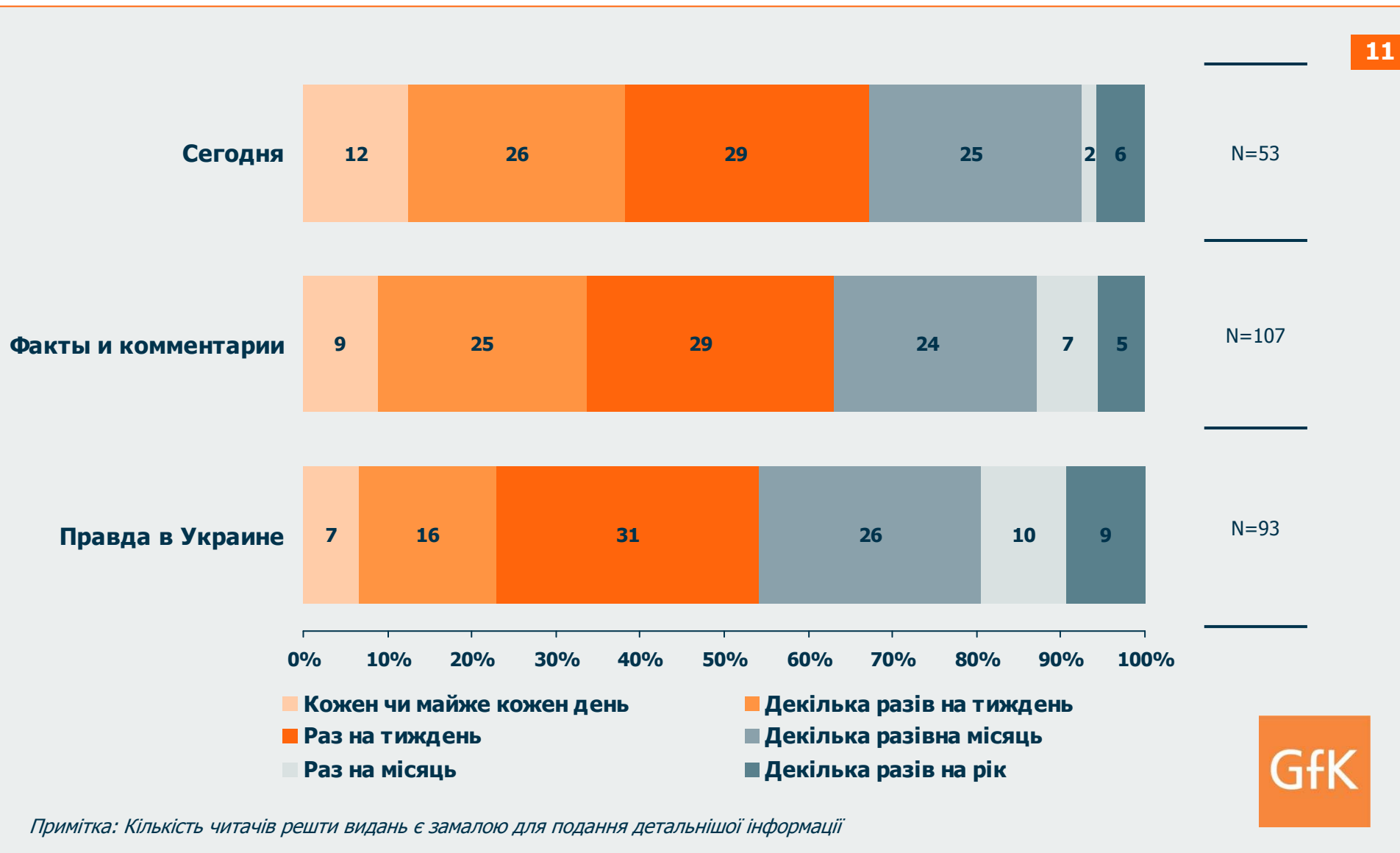


% до всіх респондентів, N(Запоріжжя)=350, N(всі міста)=4450

GfK

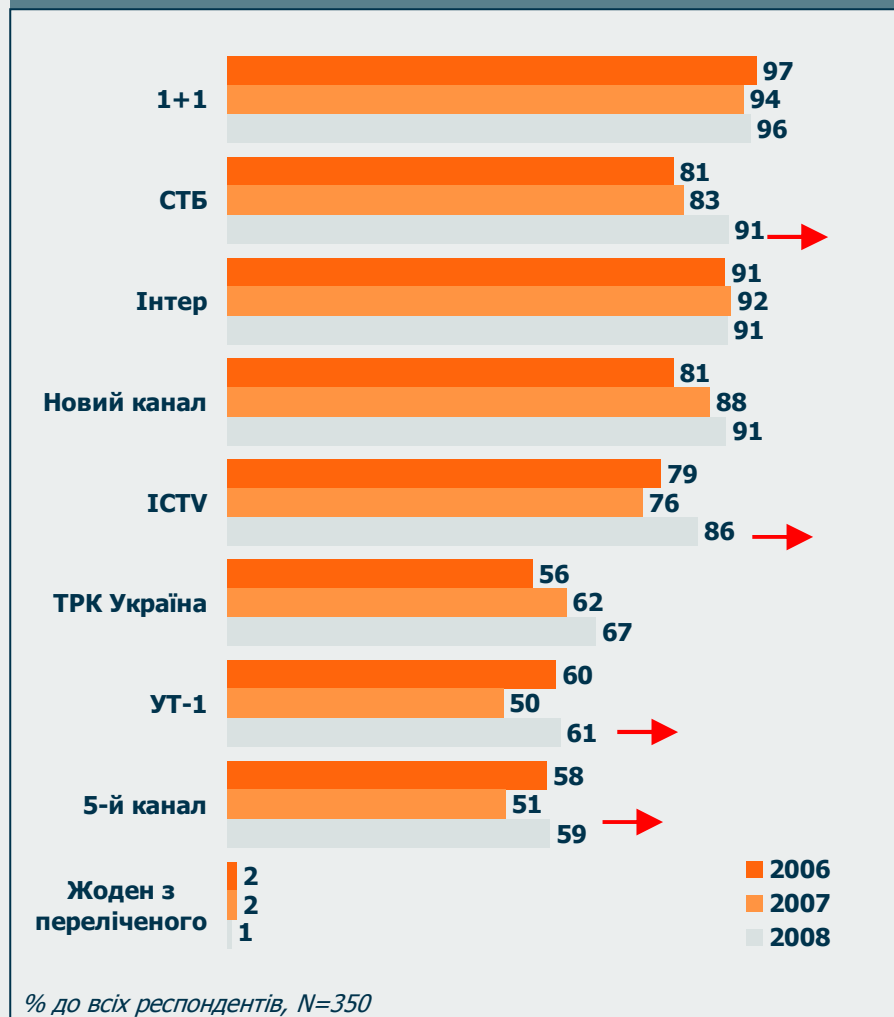
Частота читання найпопулярніших національних газет (2008)

% до читачів кожного національного видання

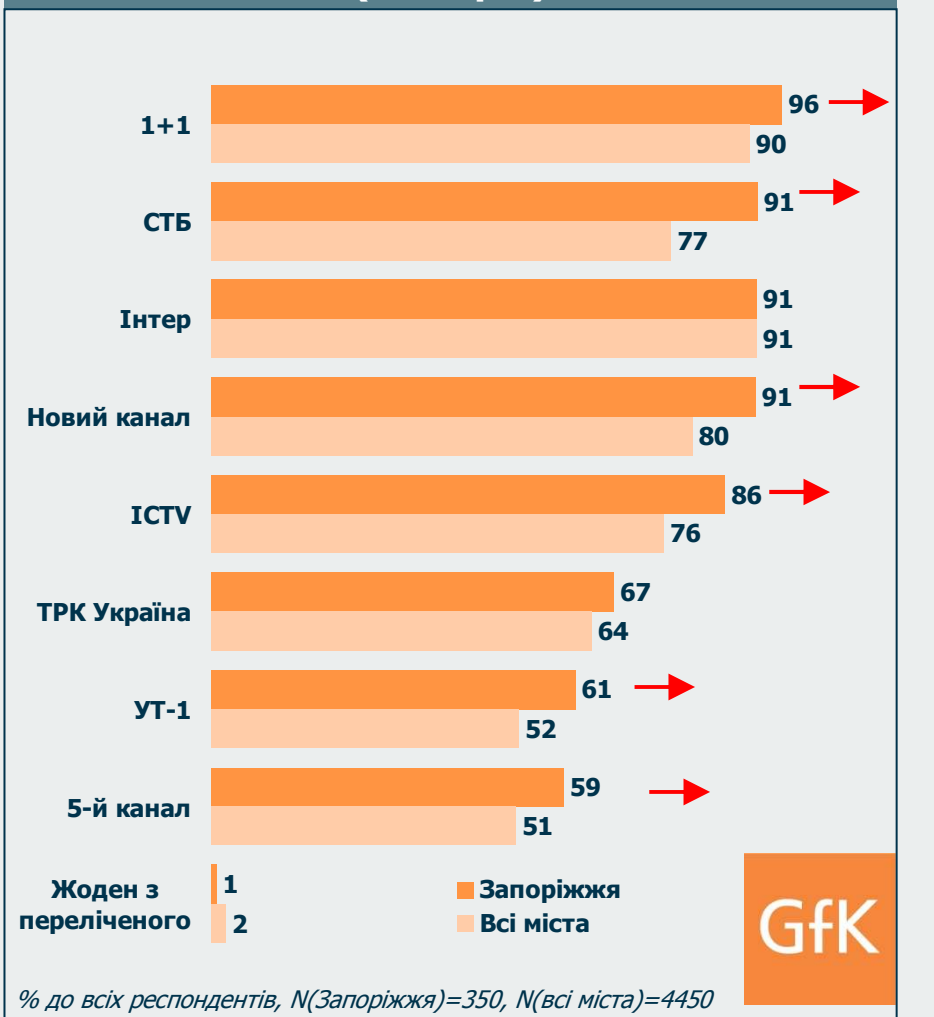


Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ПЕРЕГЛЯДУ ТЕЛЕКАНАЛІВ В 2006-2008 РОКАХ



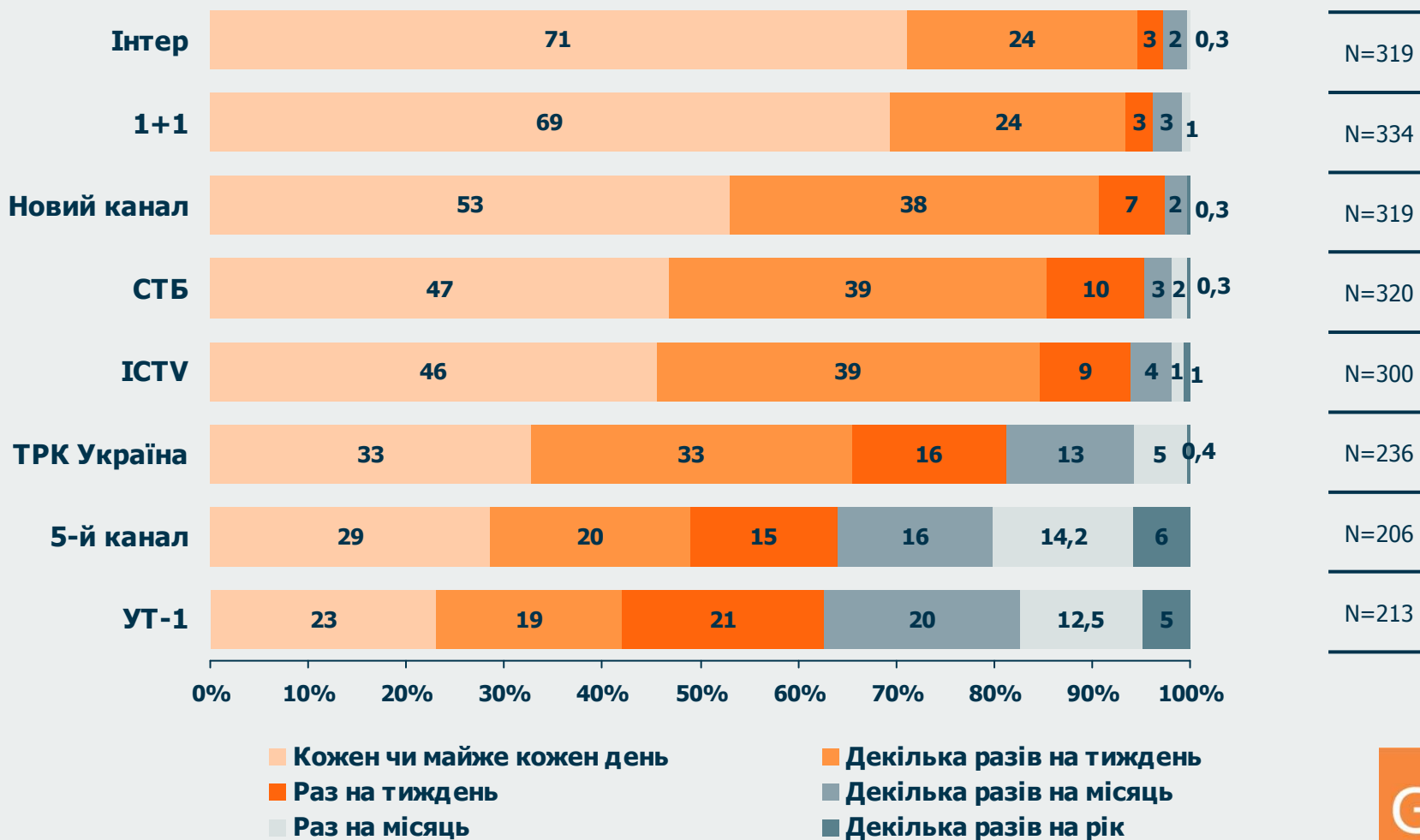
ПЕРЕГЛЯД В ЗАПОРІЖЖІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



Частота перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів (2008)

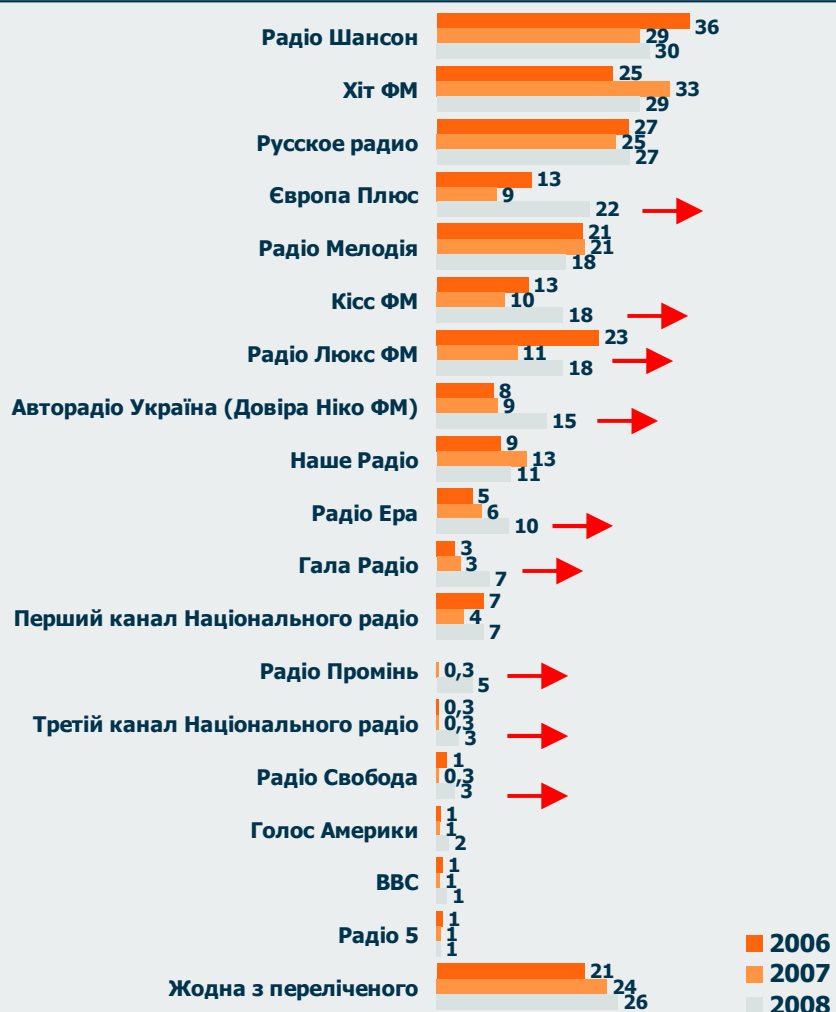
% до глядачів кожного національного каналу

13



Слухання найпопулярніших національних радіостанцій протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА СЛУХАННЯ РАДІОСТАНЦІЙ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=350

СЛУХАННЯ В ЗАПОРІЖЖІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)

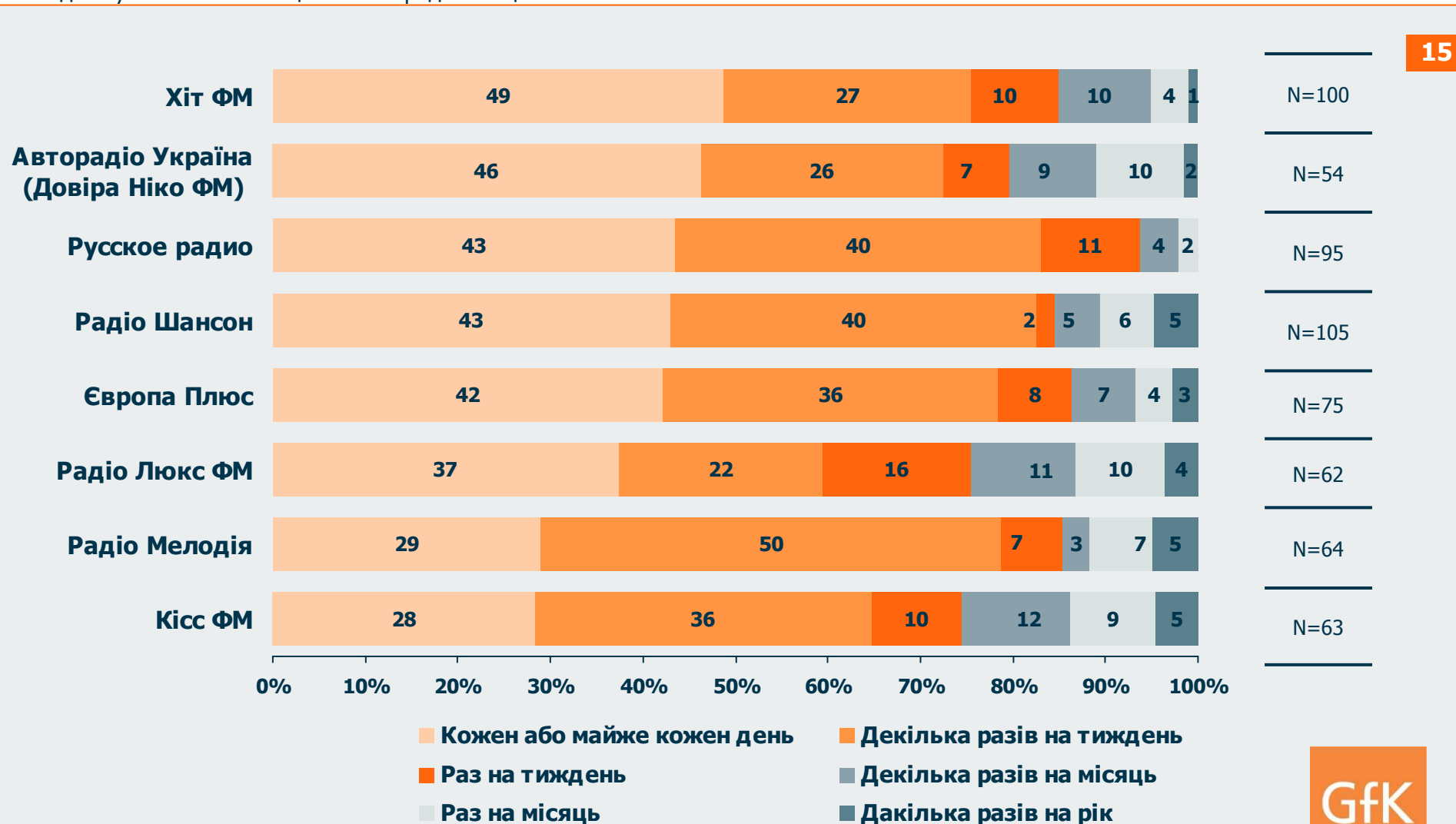


% до всіх респондентів, N(Запоріжжя)=350, N(всі міста)=4450

GfK

Частота слухання найпопулярніших національних радіостанцій (2008 рік)

% 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 кількість читачів національних періодичних видань у Запоріжжі істотно не змінилася (82% в 2008 та 79% в 2007). Тільки "Верже" має значимий зріст аудиторії.
- На ринку лідирують "МИГ" (52%), "Суббота плюс" (41%), "Привоз" (32%).
- Більшість читачів (83%) читають місцеву періодику зрідка, лише 3% респондентів читають кожен випуск газети.

17

Рівень задоволеності місцевою пресою

- Порівняно з 2007 в 2008 рівень задоволеності запорізькими місцевими періодичними виданнями зріс, так як запорізькі читачі дали їм вищу оцінку в категоріях: *Важливість інформації персонально для читача, Вичерпність поданої інформації, Об'єктивність та достовірність інформації*. Найвищий рівень оцінки має *Наявність у продажі*, в той час як найнижчий має *Ціна*.
- **Головними перевагами** запорізьких місцевих періодичних видань у порівнянні з усіма містами є *Оформлення видання, Вичерпність поданої інформації та Наявність у продажі*. До **другорядних переваг** належить *Стиль подання інформації та Оперативність подання інформації*.
- **Головним недоліком** місцевої періодици є *Ціна*, тоді як *Об'єктивність та достовірність інформації* можна вважати **другорядним недоліком**.

Місця придбання місцевої преси

- У 2008 газетні кіоски залишаються найбільш популярним місцям придбання місцевої преси, але кількість читачів яку там купують газети значимо зменшилася (з 67% до 59%). Натомість, в 2008 році зросла кількість людей, які купують газети на розкладках та з рук (27% проти 17% в 2007).

Місце та час читання місцевої преси

- Переважна більшість читачів читають газети вдома. Порівняно з 2007 роком в 2008 значно менше людей читають газети ввечері та в робочі дні, більшість читає на вихідних.

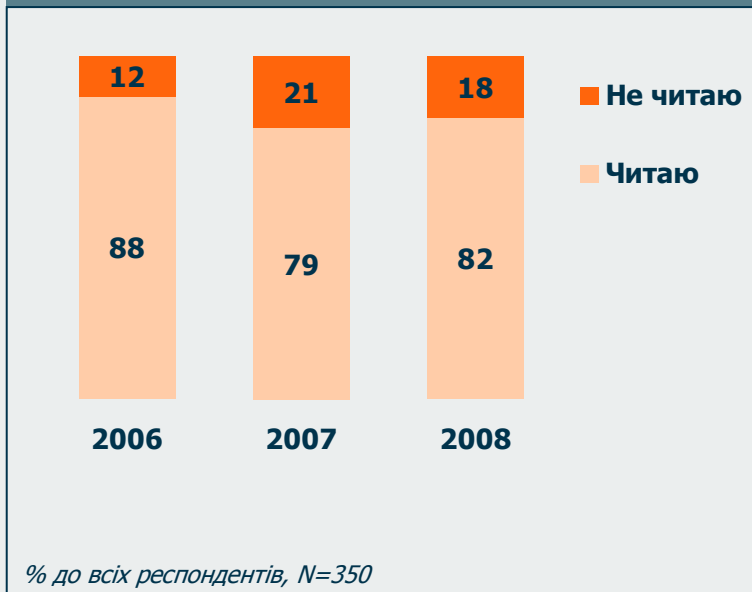
Причини не читання місцевої преси

- Головною причиною не читання місцевих видань для більшості респондентів була недостатня кількість цікавої інформації в останніх (54%). 27% з тих, що не читають місцеві газети, не читають газет взагалі.

Читання регіональних періодичних видань

18

ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ

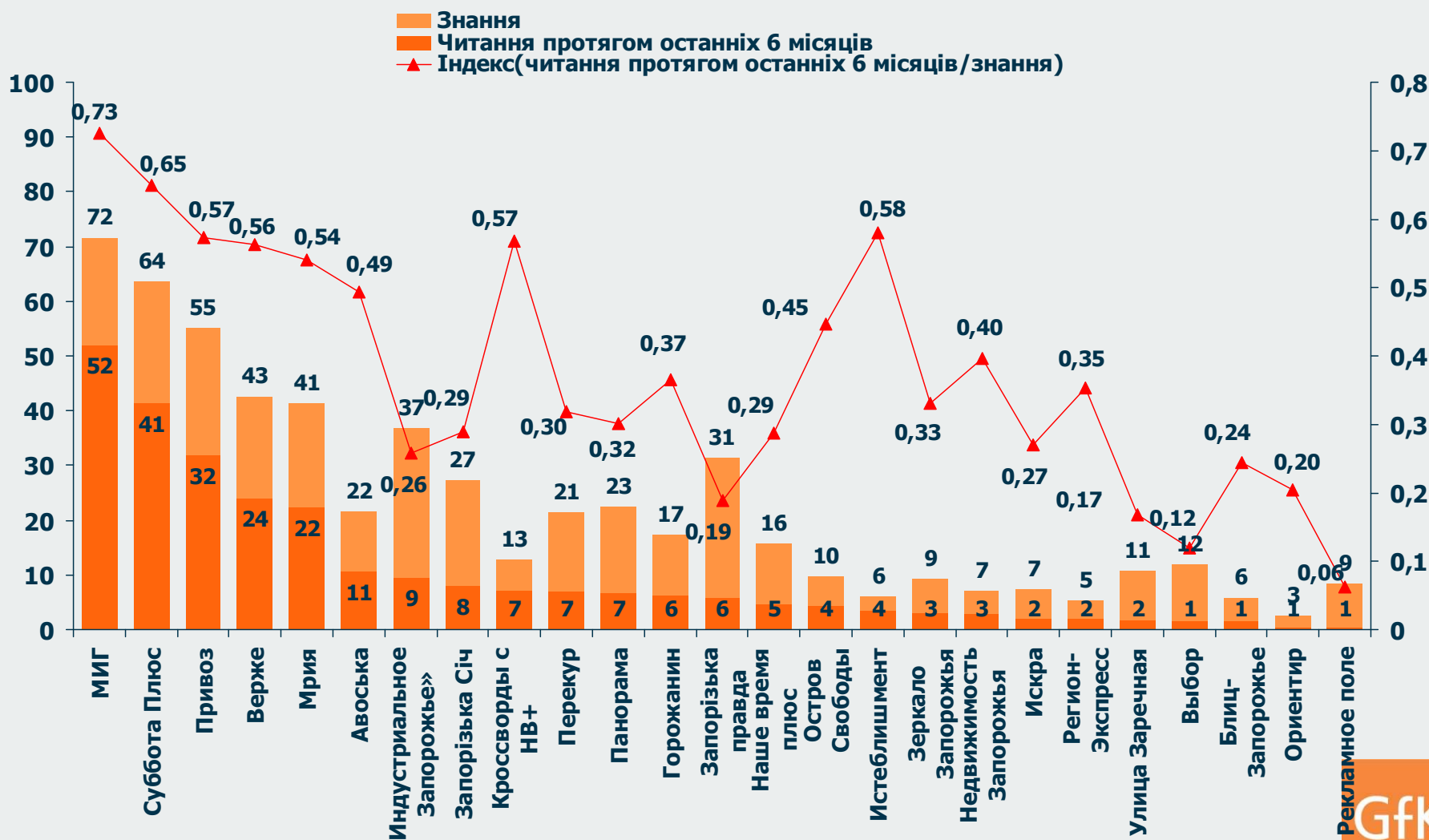


ЧАСТОТА ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (2008 рік)



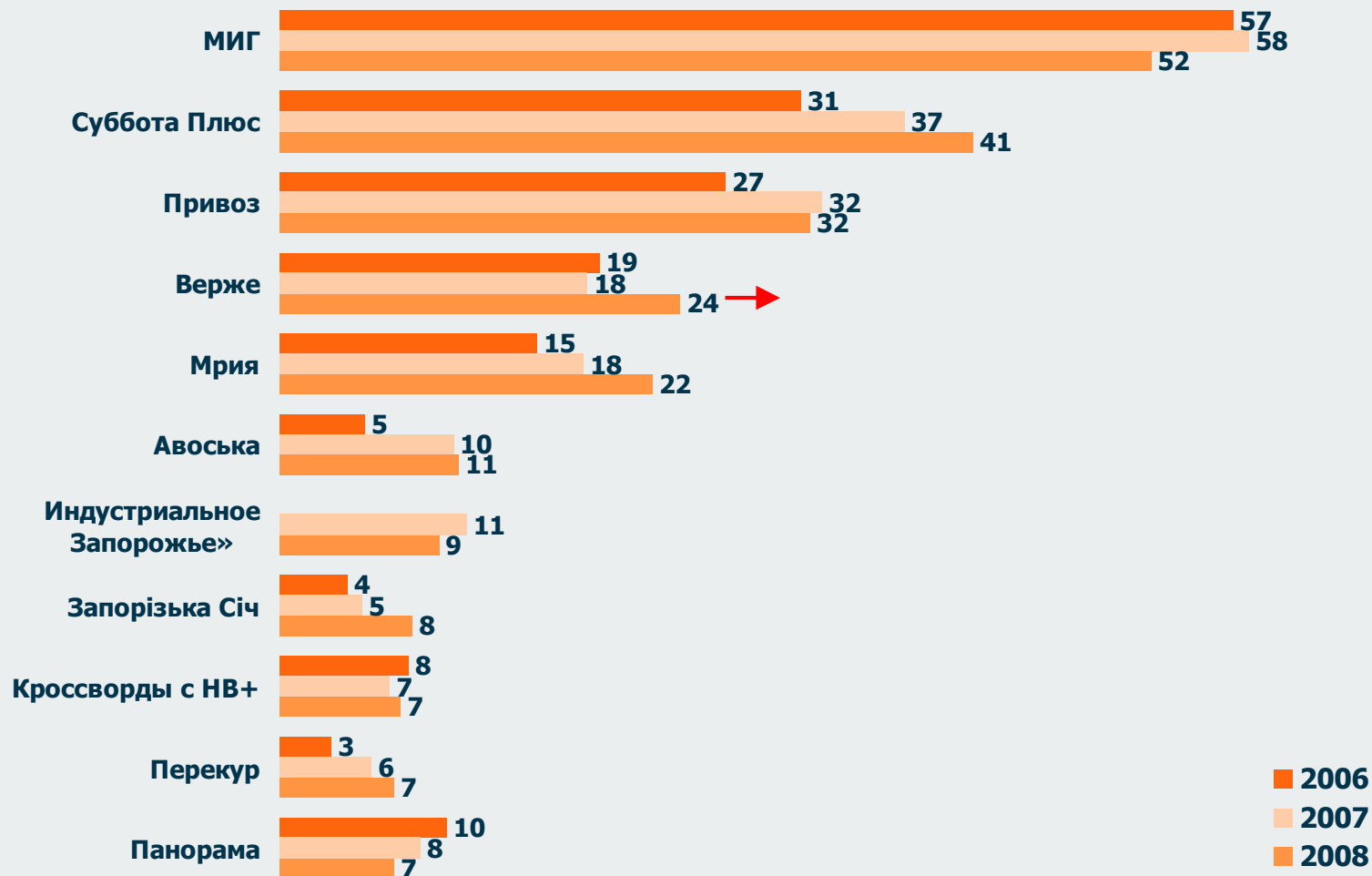
Знання та читання регіональної періодичної преси (2008)

% до всіх респондентів, N=350



Читання регіональної преси протягом останніх 6 місяців (1)

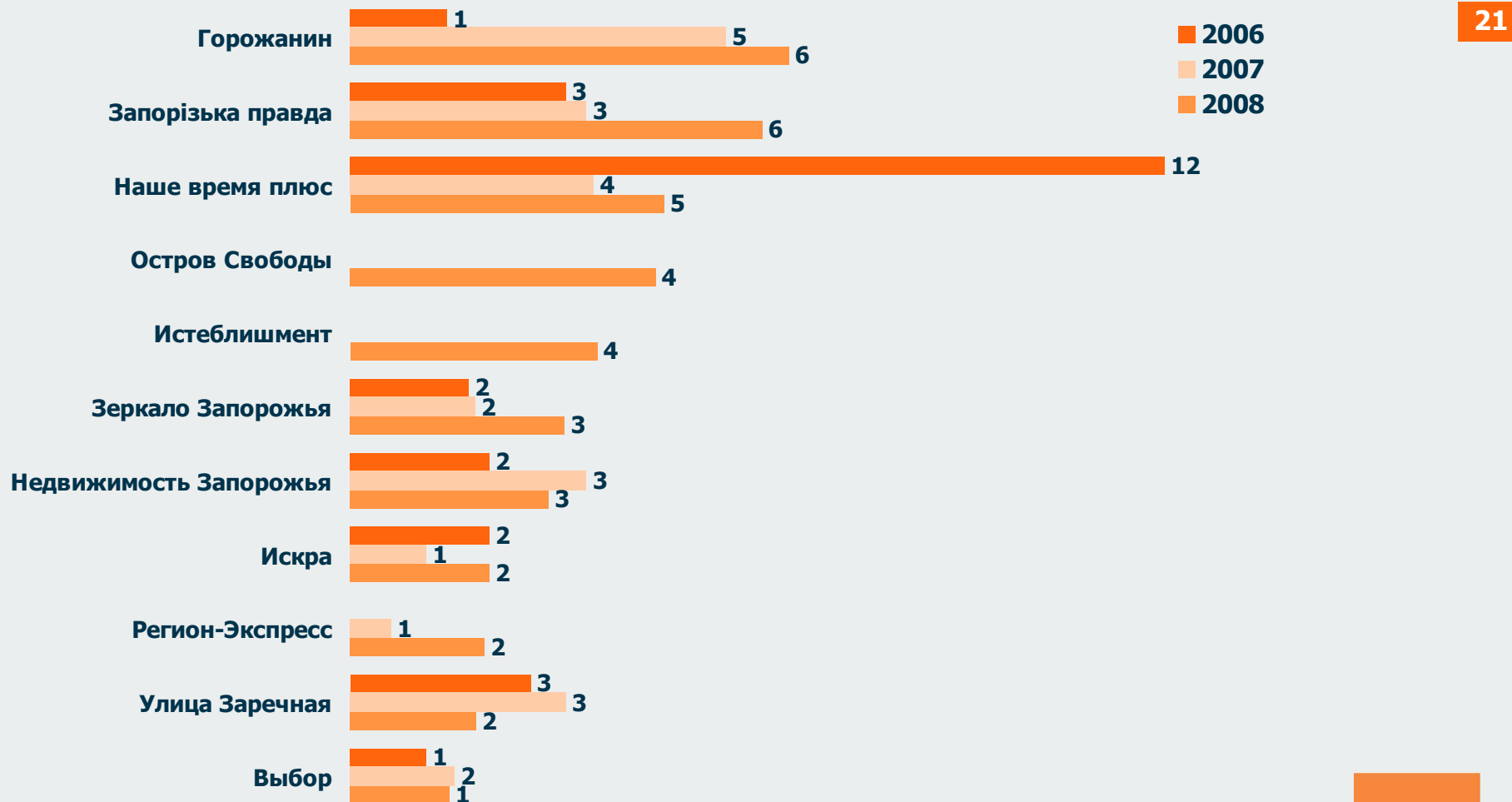
% до всіх респондентів, N=350



20

Читання регіональної преси протягом останніх 6 місяців (2)

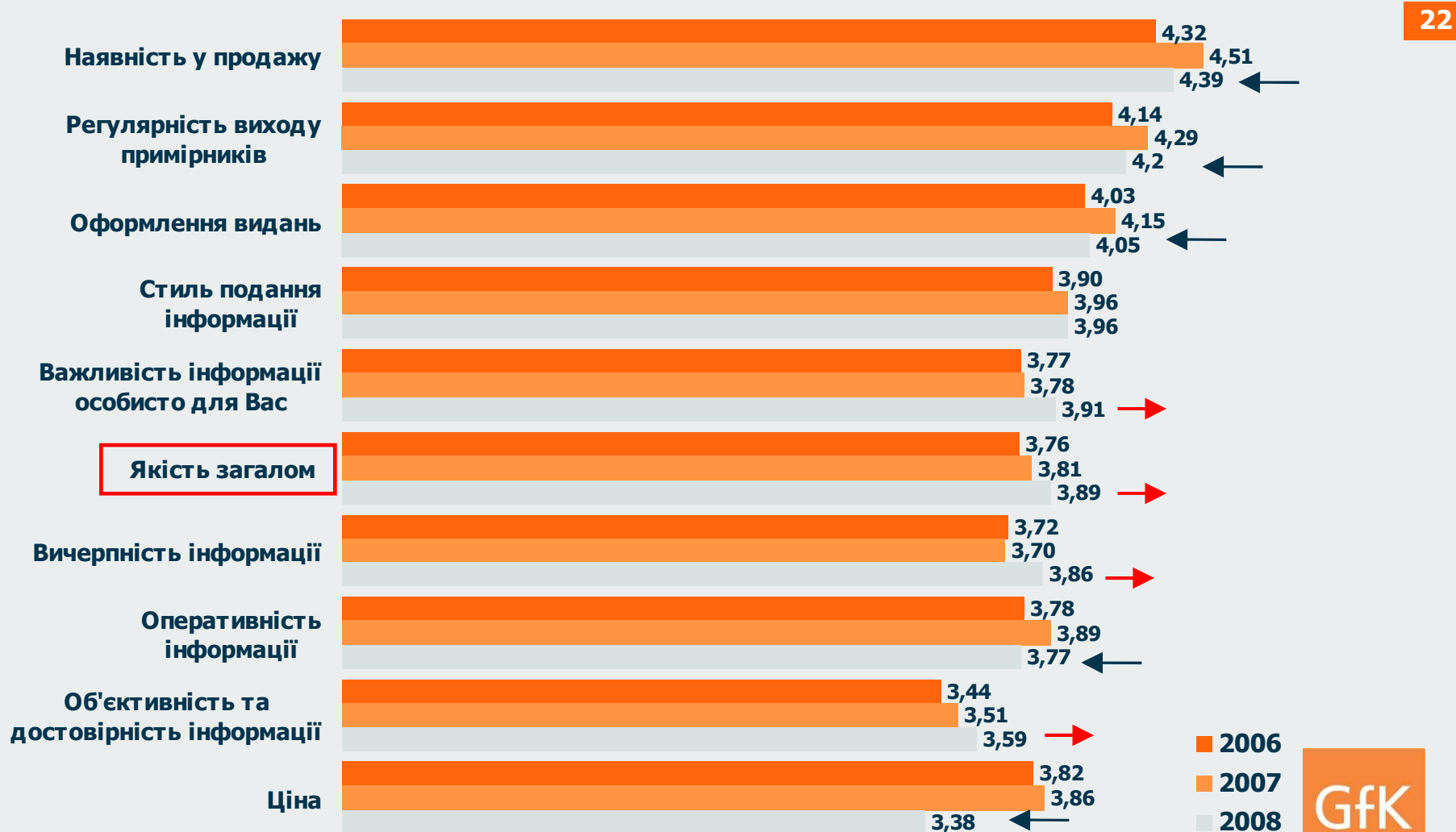
% до всіх респондентів, N=350



Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



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

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

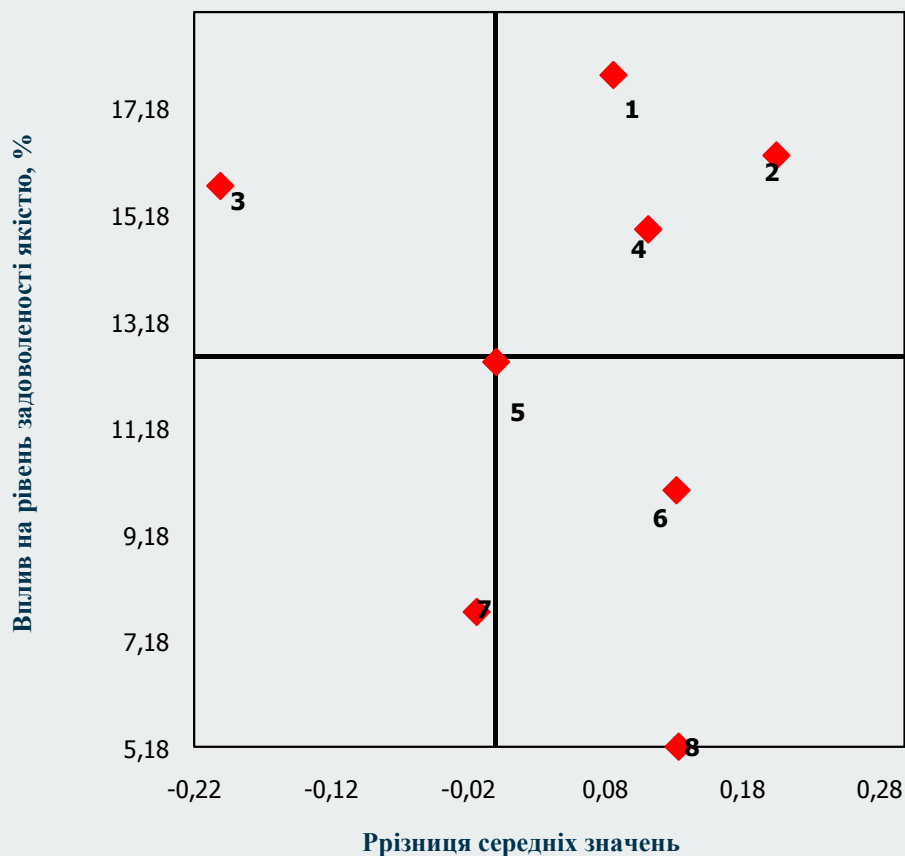
23

Основні недоліки

3 – Ціна

Другорядні недоліки

7 – Об'єктивність та достовірність інформації



Основні переваги

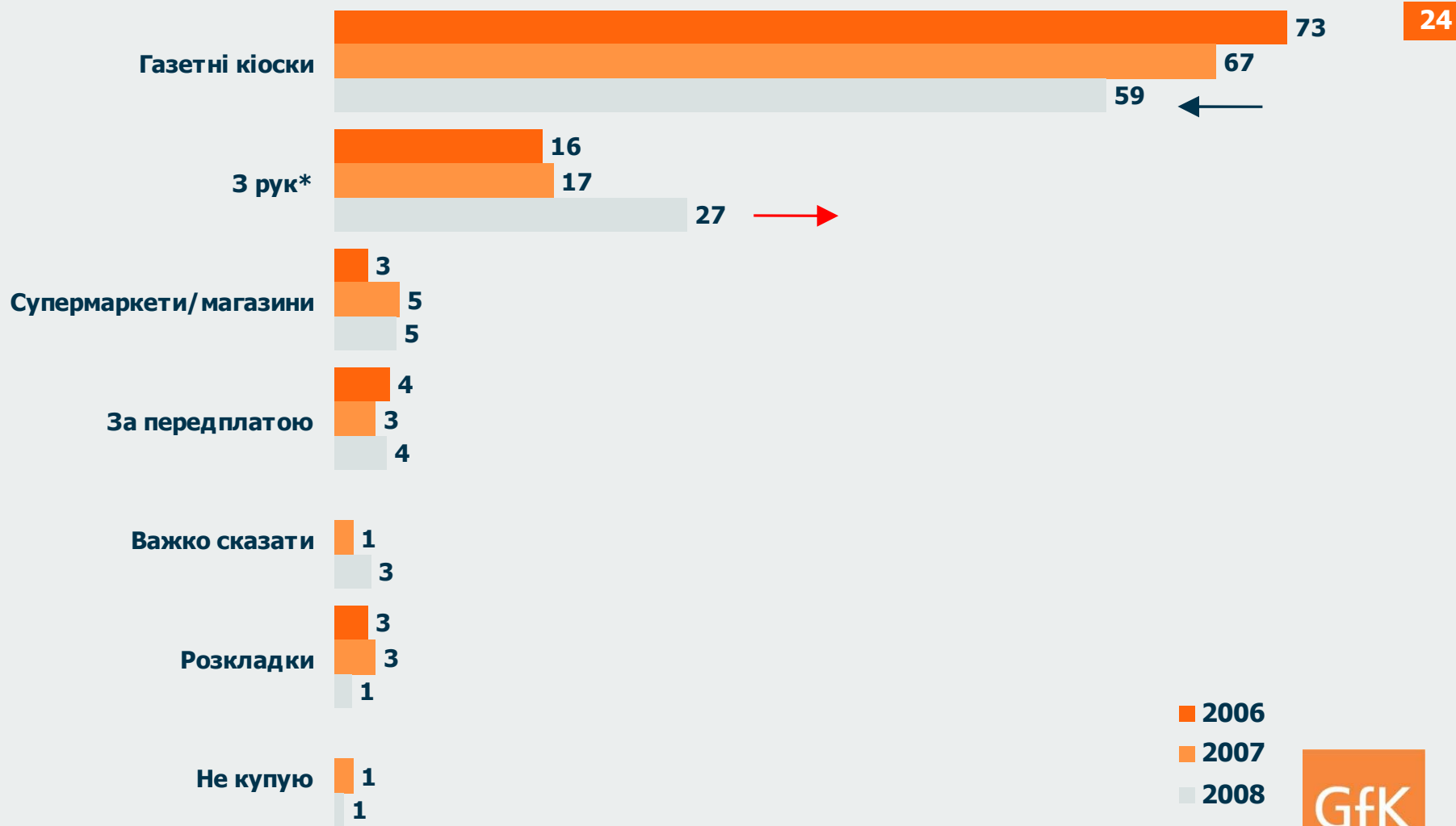
1 – Регулярність виходу примірників
2 – Вичерпність інформації
4 – Наявність у продажу

Другорядні переваги

5 – Важливість інформації особисто для Вас
6 – Стиль подання інформації
8 – Оперативність інформації

Де зазвичай Ви купуєте регіональні періодичні видання?

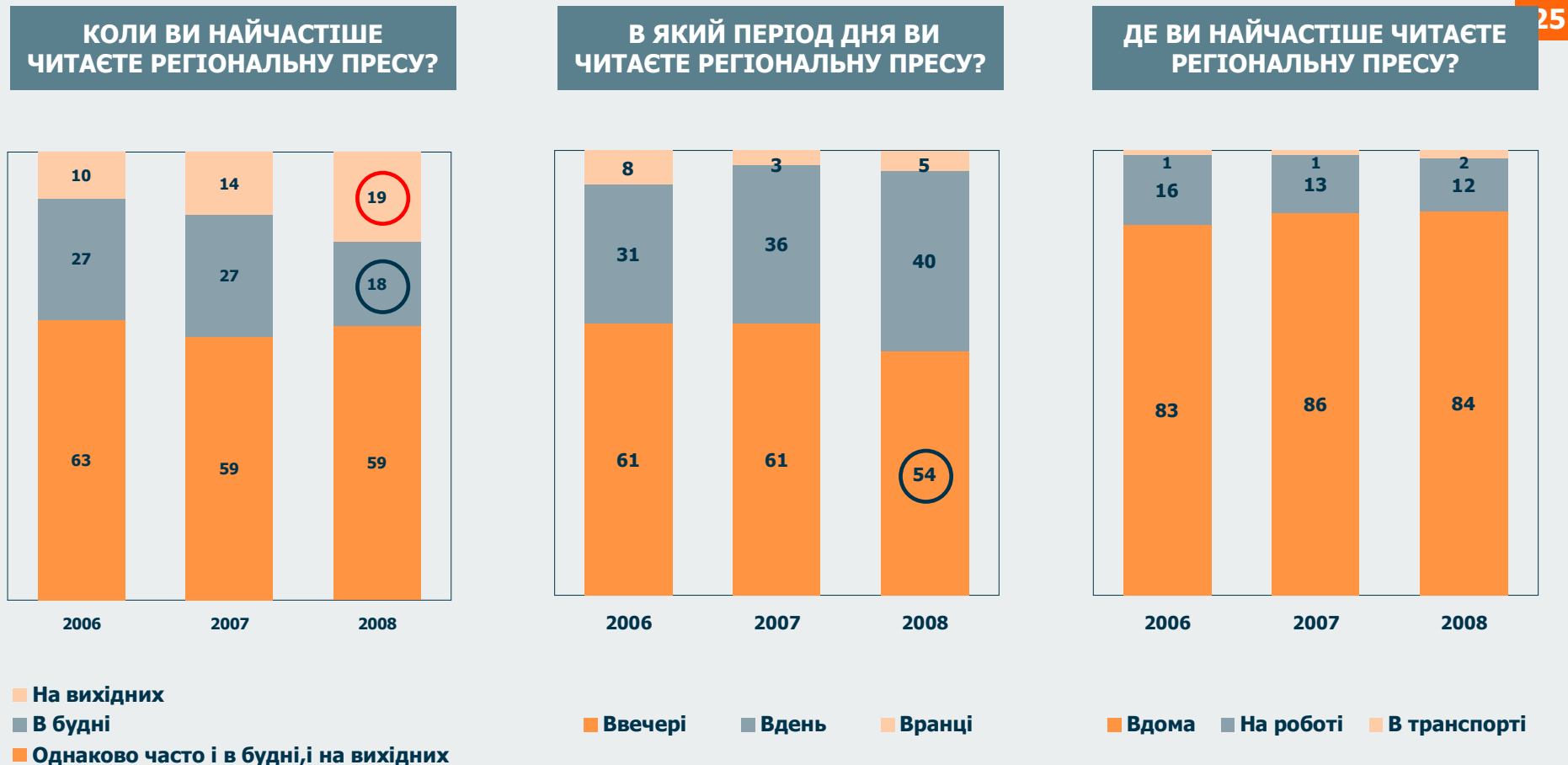
% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=288



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

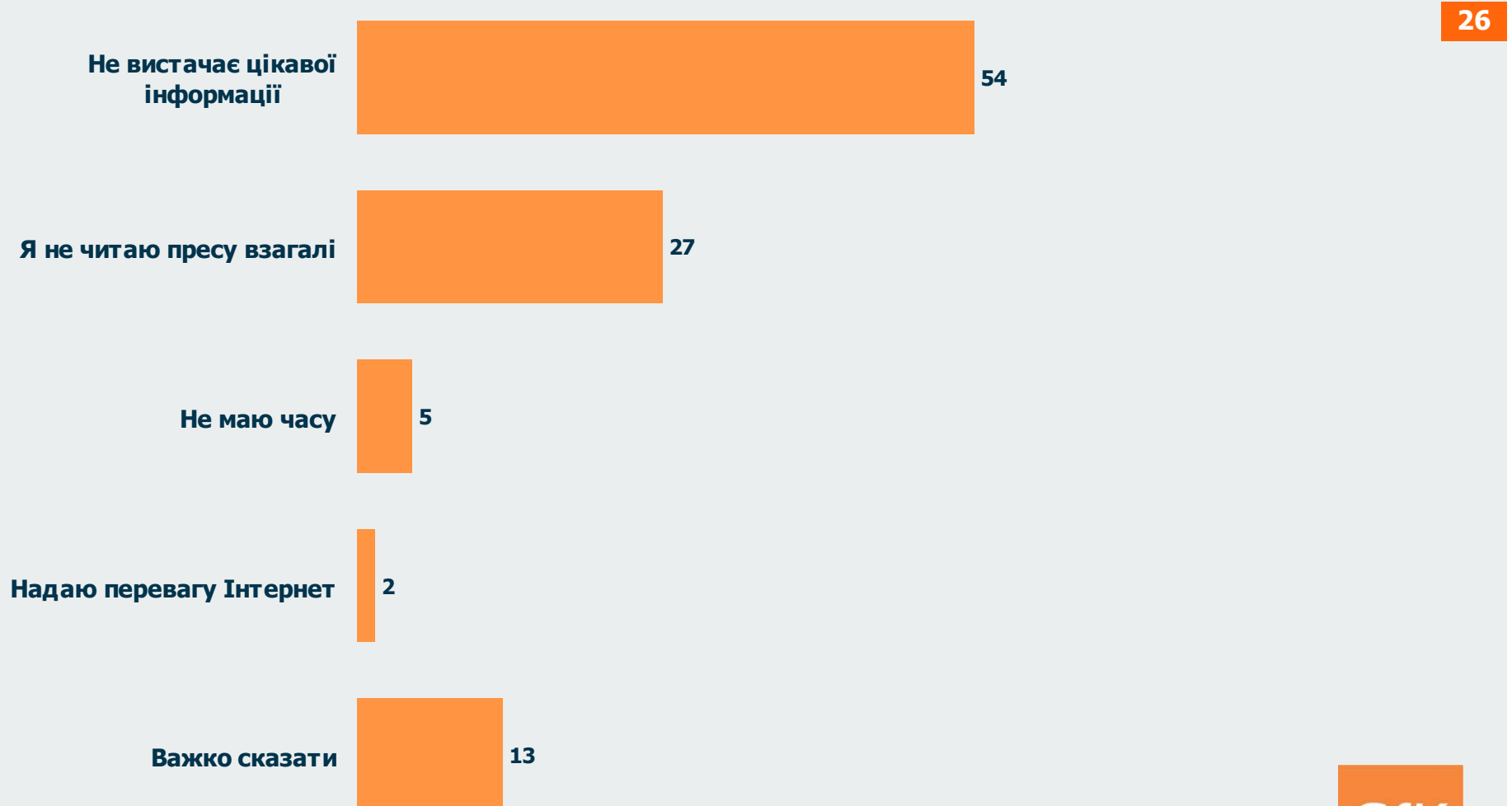
Час і місце читання регіональних періодичних видань

% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=288



Чому Ви не читаете регіональну пресу? (2008)

% до всіх не читачів регіональної преси, N=87





Основні результати: Регіональні телевізійні канали

Місцеві телеканали

Перегляд місцевих телеканалів

28

- Порівняно з 2007 в 2008 кількість глядачів місцевих телеканалів зросла на 4% з 93% до 97%.
- Найпопулярнішим місцевим телеканалом став "TV5" (90%), залишивши позаду лідера попереднього року "Алекс TV" (86%). У обох каналів значно зросла аудиторія в 2008 році.
- 32% глядачів дивляться місцеві телеканали кілька разів на тиждень, а 25% - кожного або майже кожного дня.

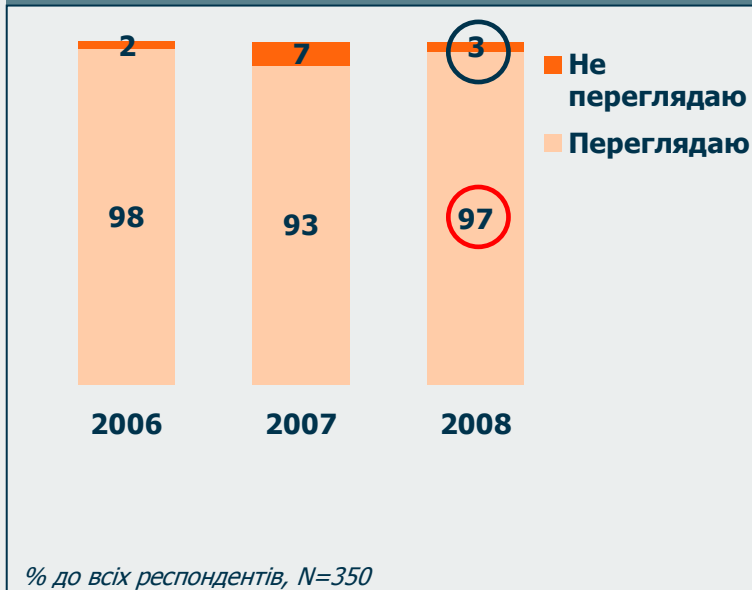
Задоволеність від перегляду інформаційних програм місцевих телеканалів

- Рівень задоволеності більшістю характеристик зменшився в 2008 році.
- **Головні переваги** запорізьких місцевих інформаційних телепрограм полягають у *Технічній доступності, Оформленні телепрограм та Важливості інформації для глядача.* **Другорядними перевагами** можна вважати *Стиль подання інформації, Вичерпність поданої інформації, Оперативність подання, Час трансляції програм та Об'єктивність і достовірність інформації.*
- У порівнянні з усіма містами інформаційні програми запорізьких телеканалів **не мають недоліків.**

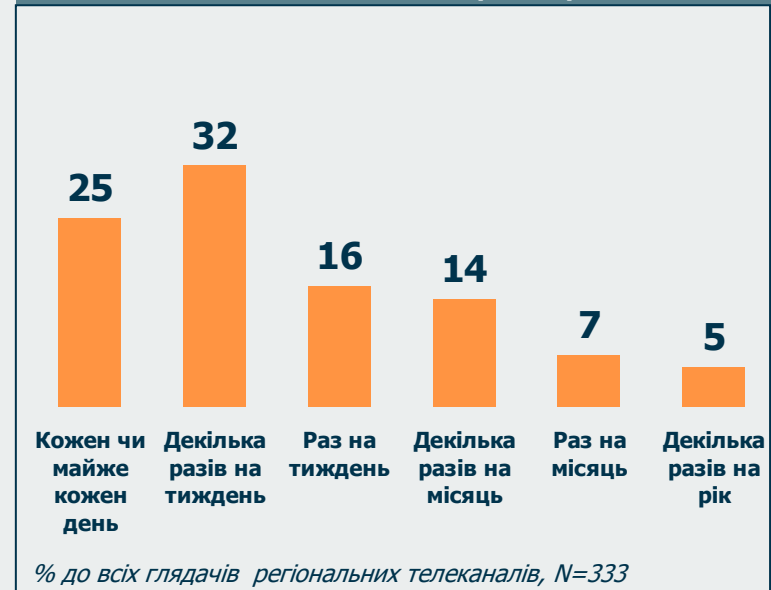
Перегляд регіонального телебачення

29

ПЕРЕГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ



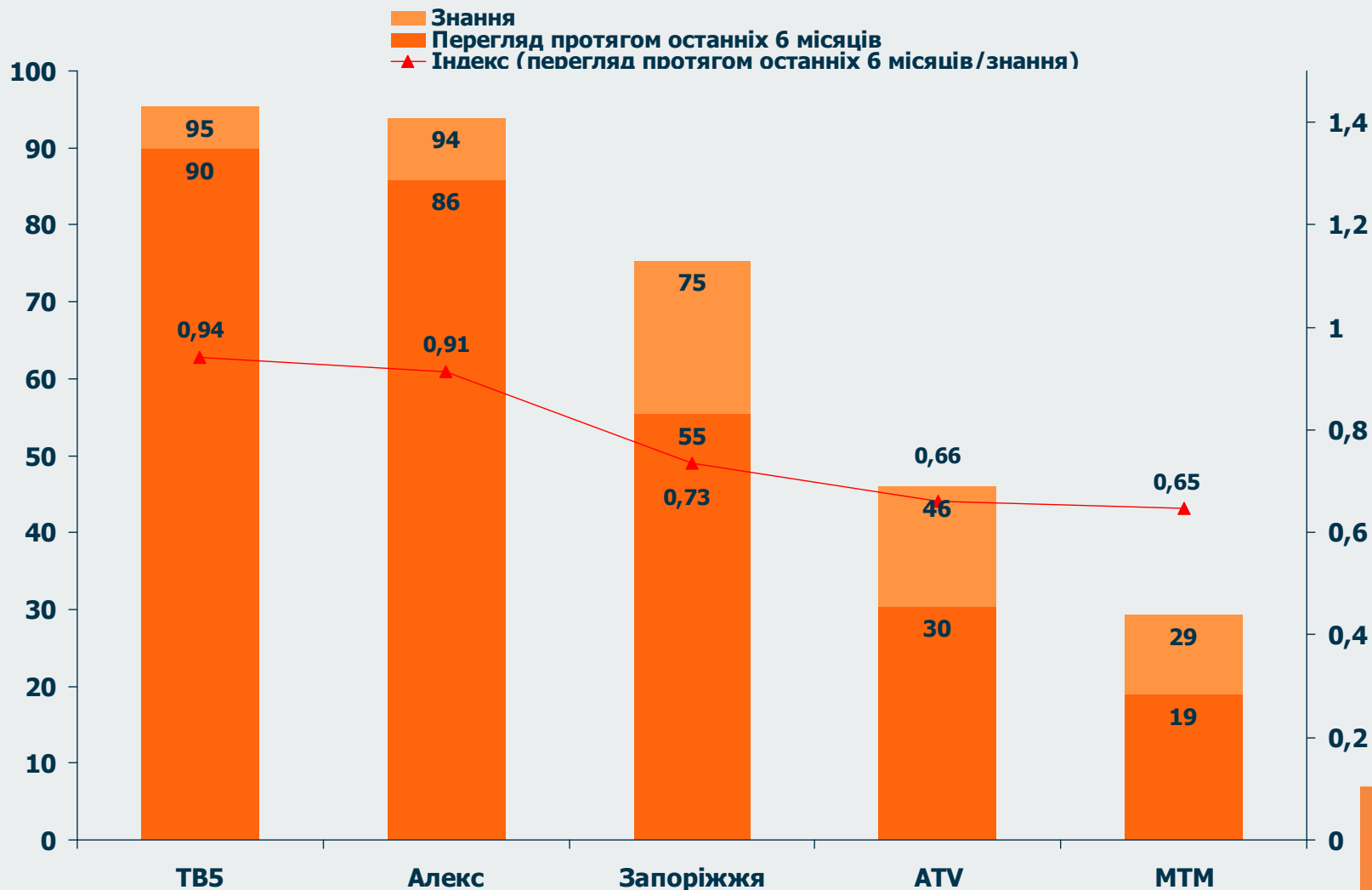
ЧАСТОТА ПЕРЕГЛЯДУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ (2008)



Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів (2008)

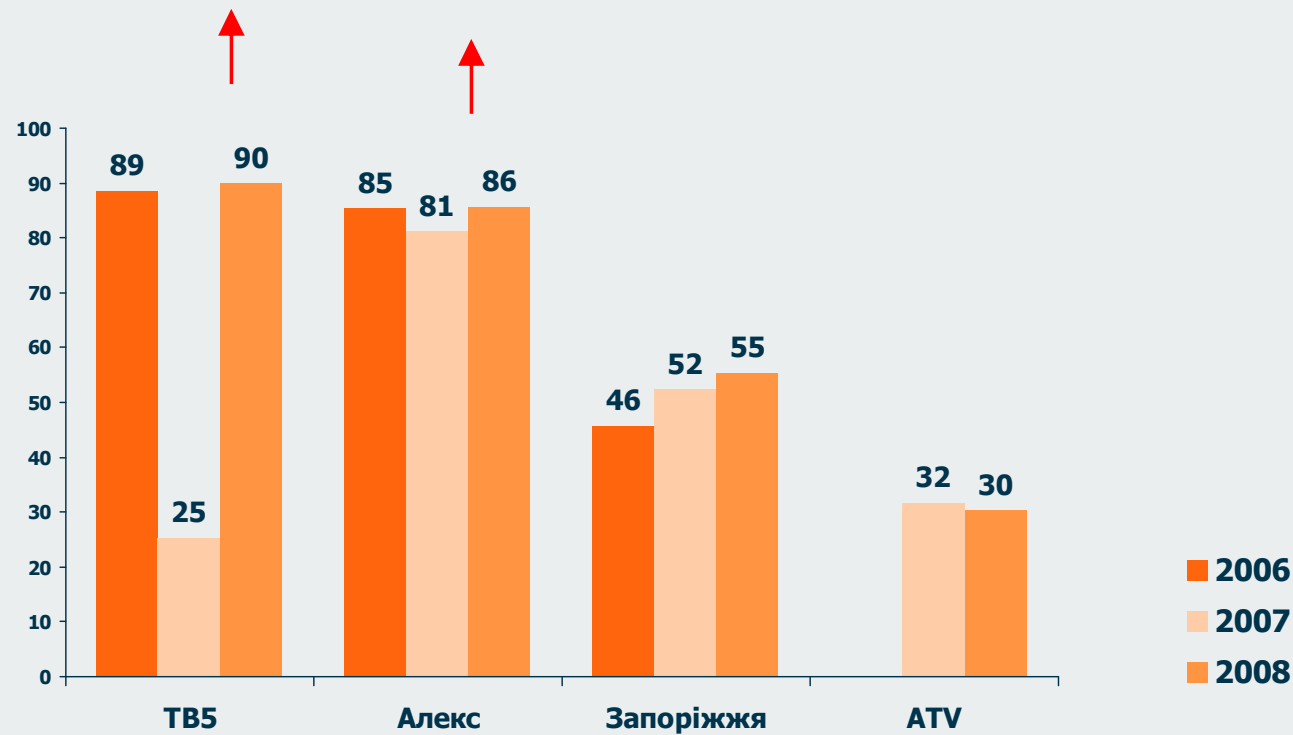
% до всіх респондентів, N=350

30



Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів

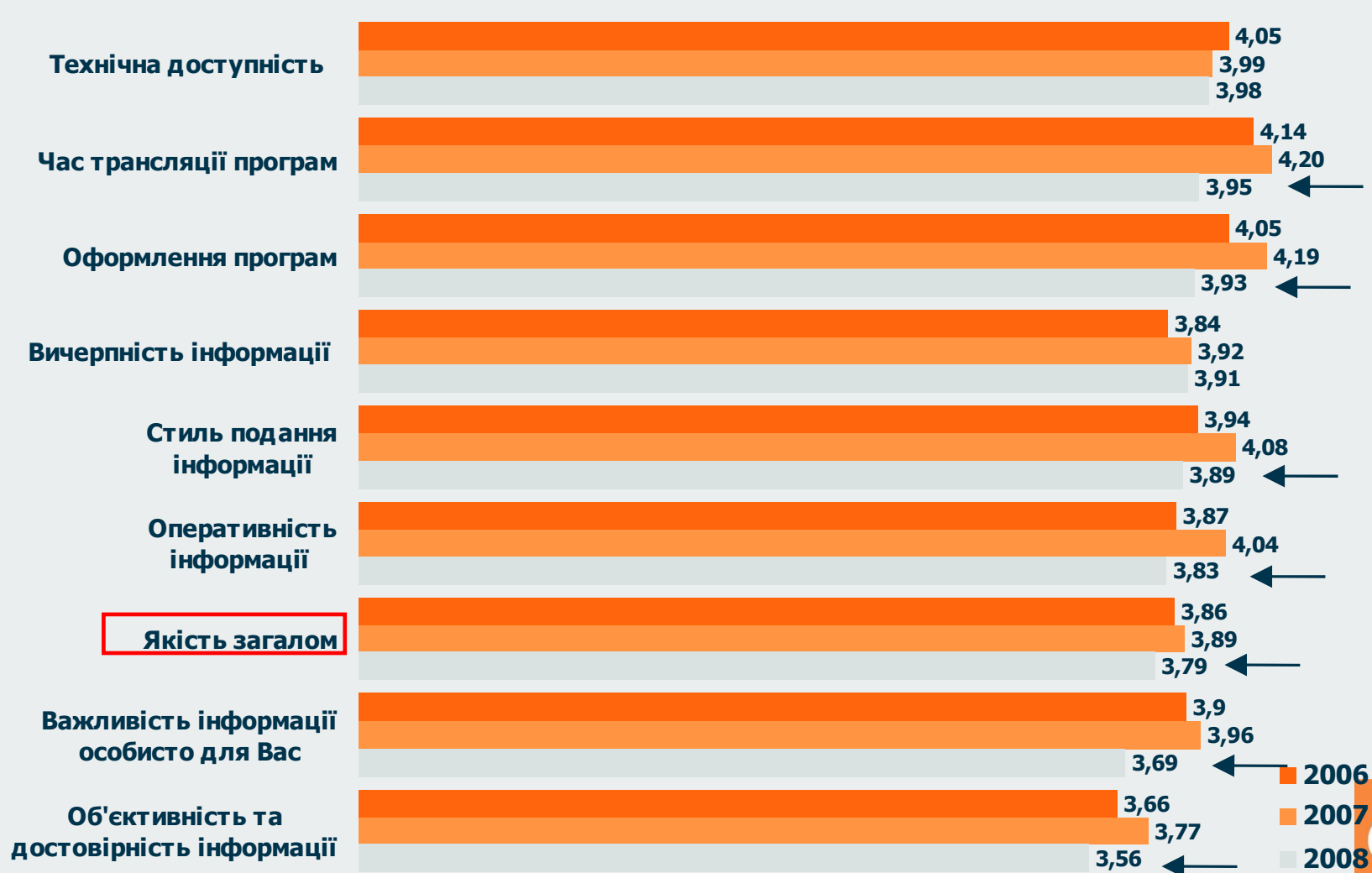
% до всіх респондентів, N=350



Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм

Середні значення

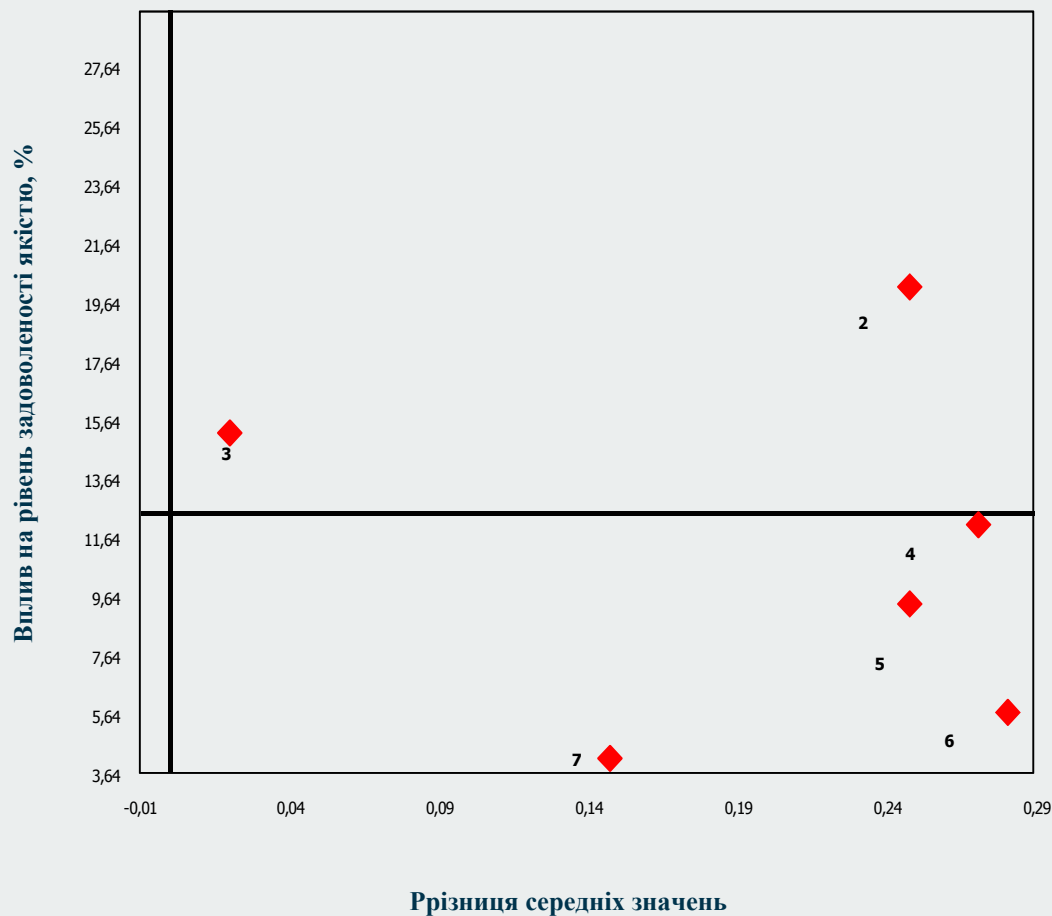
1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм: Запоріжжя та всі міста (2008)

Позитивна різниця означає, що в Запоріжжі люди більше задоволені відповідними характеристиками порівняно з усіма містами

33



Основні переваги

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

Другорядні переваги

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

6 Основні результати: регіональні радіостанції

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 та наводимо динаміку слухання радіо за останні три роки.
- Порівняно з 2007 в 2008 загальна кількість слухачів місцевого радіо у Запоріжжі суттєво не змінилася (42% в 2008 та 37% в 2007).
- Найпопулярнішими місцевими радіостанціями є "Ностальжи (Запорожье)" з 33% слухачів та "Великий Луг" (22%).
- 38% опитаних слухають місцеві радіопередачі кілька разів на тиждень і 21% слухачів слухають радіо кожного дня.

35

Задоволеність інформаційними програмами місцевого радіо

- Рівень задоволеності *Періодичністю виходу радіопрограм, Оформленням матеріалів та Об'єктивністю та достовірністю поданої інформації* в 2008 році знизився.
- Найбільше слухачі задоволені *Періодичністю виходу радіопрограм*, а найменше – *Об'єктивністю та достовірністю поданої інформації*
- **Головними перевагами** запорізьких місцевих інформаційних радіопрограм є *Оформлення матеріалів, Вичерпність та Стиль поданої інформації. Оперативність подання інформації, Актуальність інформації та Регулярність трансляцій* можна зарахувати до **другорядних переваг**.
- *Об'єктивність та достовірність інформації* є **другорядним недоліком** місцевого радіо.

Причини не слухання місцевих радіостанцій

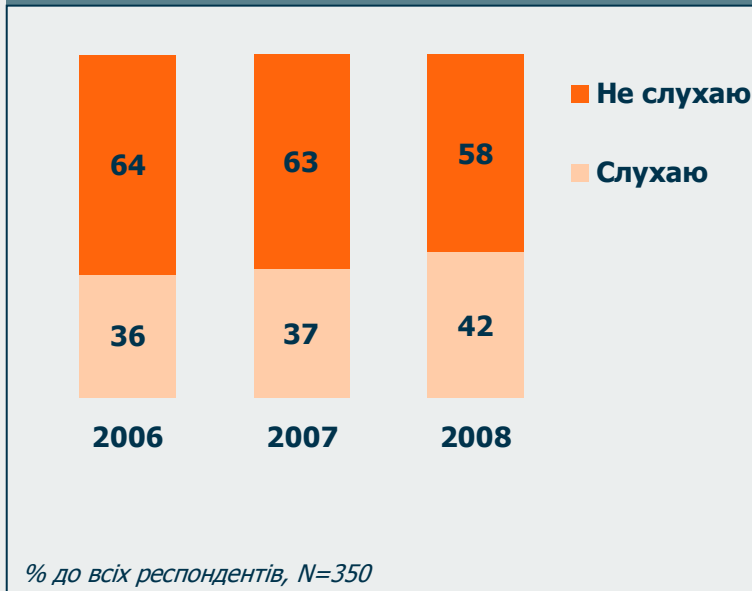
- Головною причиною, щоб не слухати місцеві радіостанції, для 42% респондентів була недостатня кількість цікавої для них інформації. 26% респондентів не слухають радіо взагалі, а 19% стикаються з технічними проблемами прийому радіопередач.



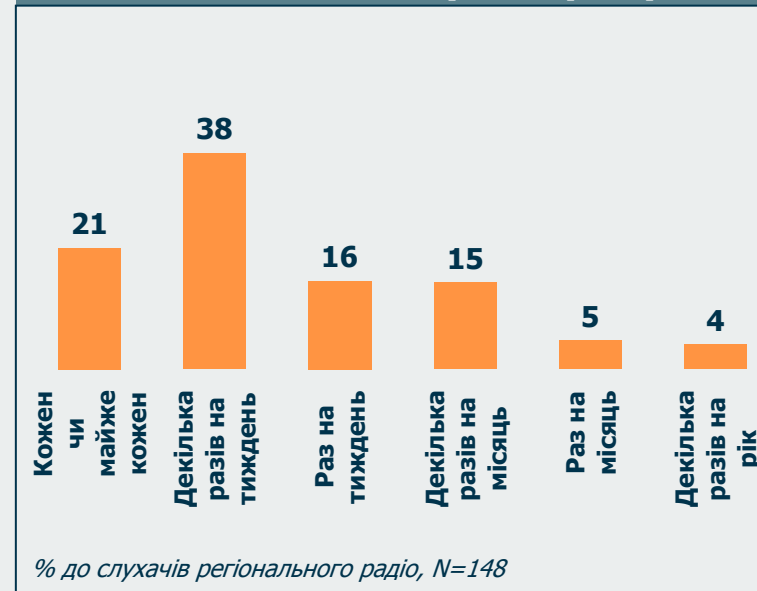
Слухання регіональних радіостанцій

36

СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ

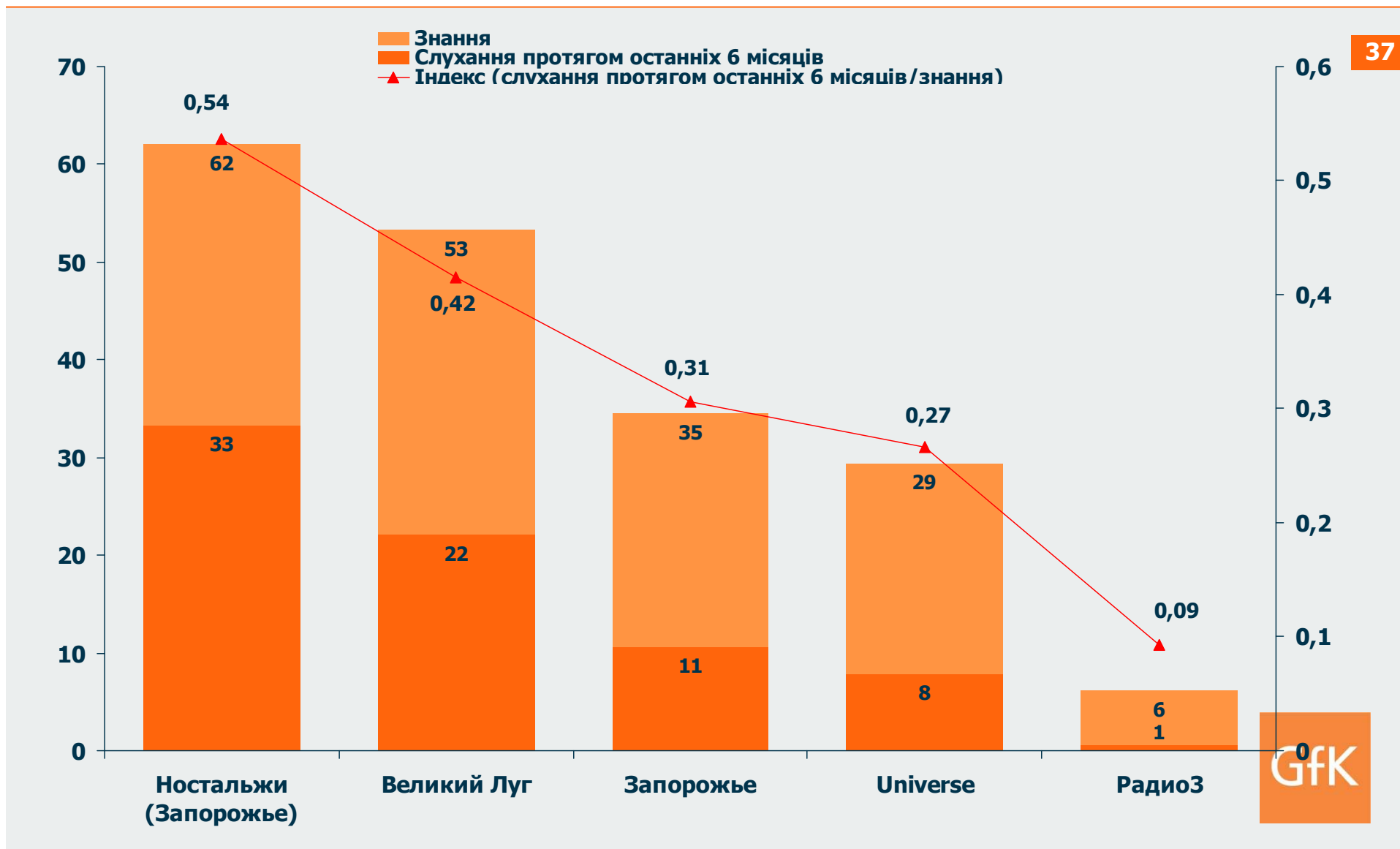


СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ (2008 year)



Знання та слухання регіональних радіостанцій(2008)

% до всіх респондентів, N=350



Слухання регіональних радіостанцій впродовж останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, N=350

38

Ностальжи (Запоріжжє)

33

Великий Луг

25

24

22

Запоріжжє

1

11

11

Universe

11

7

8

Радио3

1

2006

2007

2008

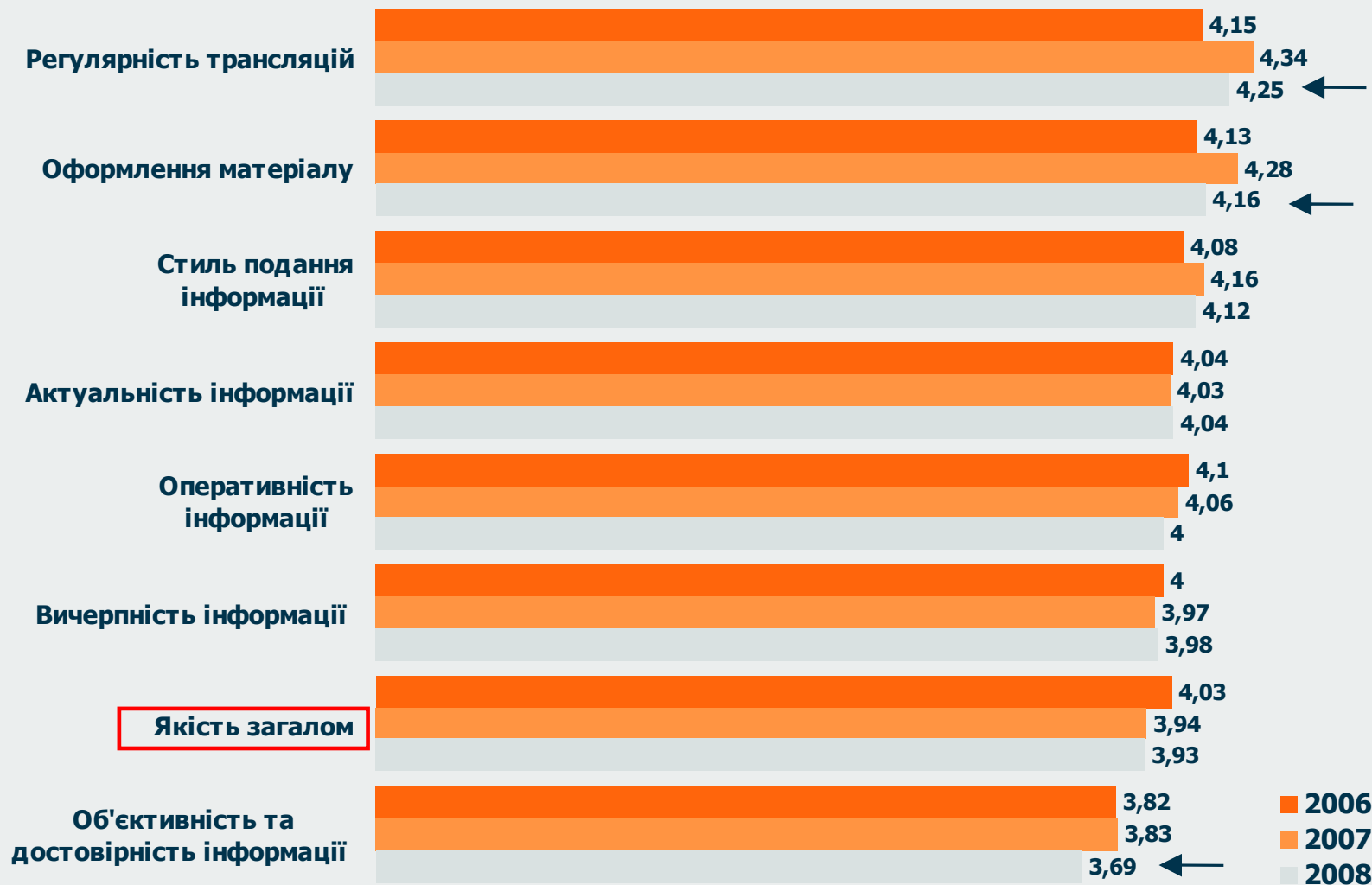
GfK

Задоволеність характеристиками регіональних радіопрограм

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

39



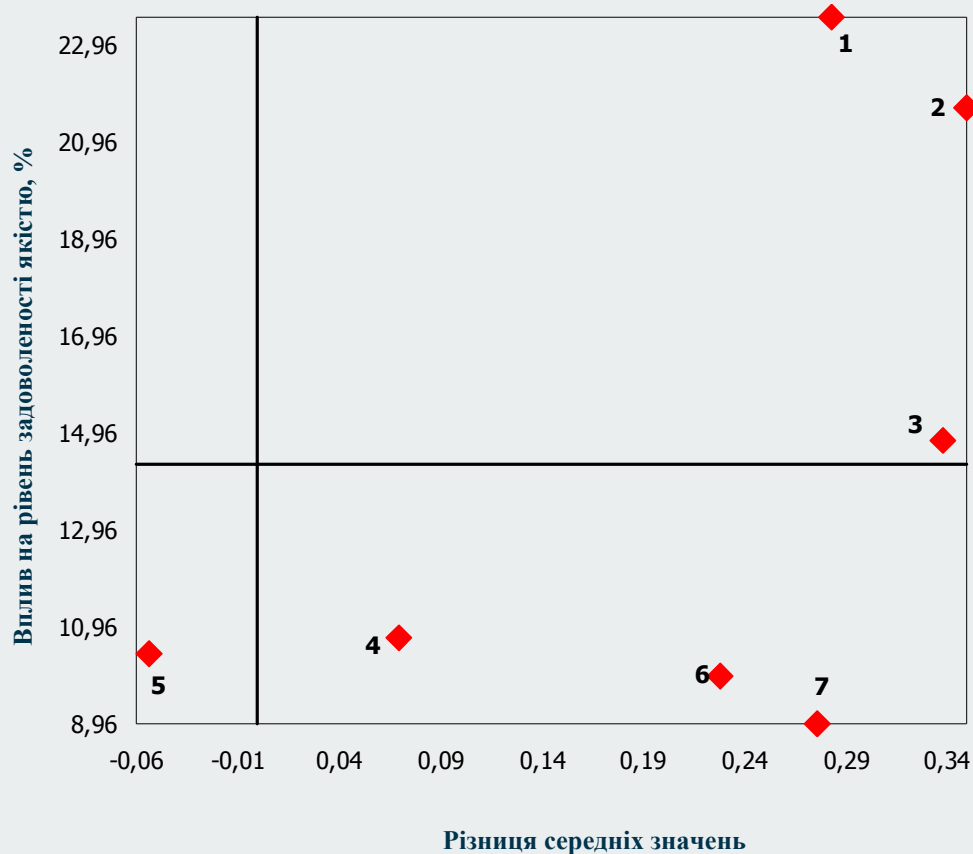
■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

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

Позитивна різниця означає, що в Запоріжжі люди більше задоволені відповідними характеристиками, ніж у всіх містах

40



Другорядні недоліки

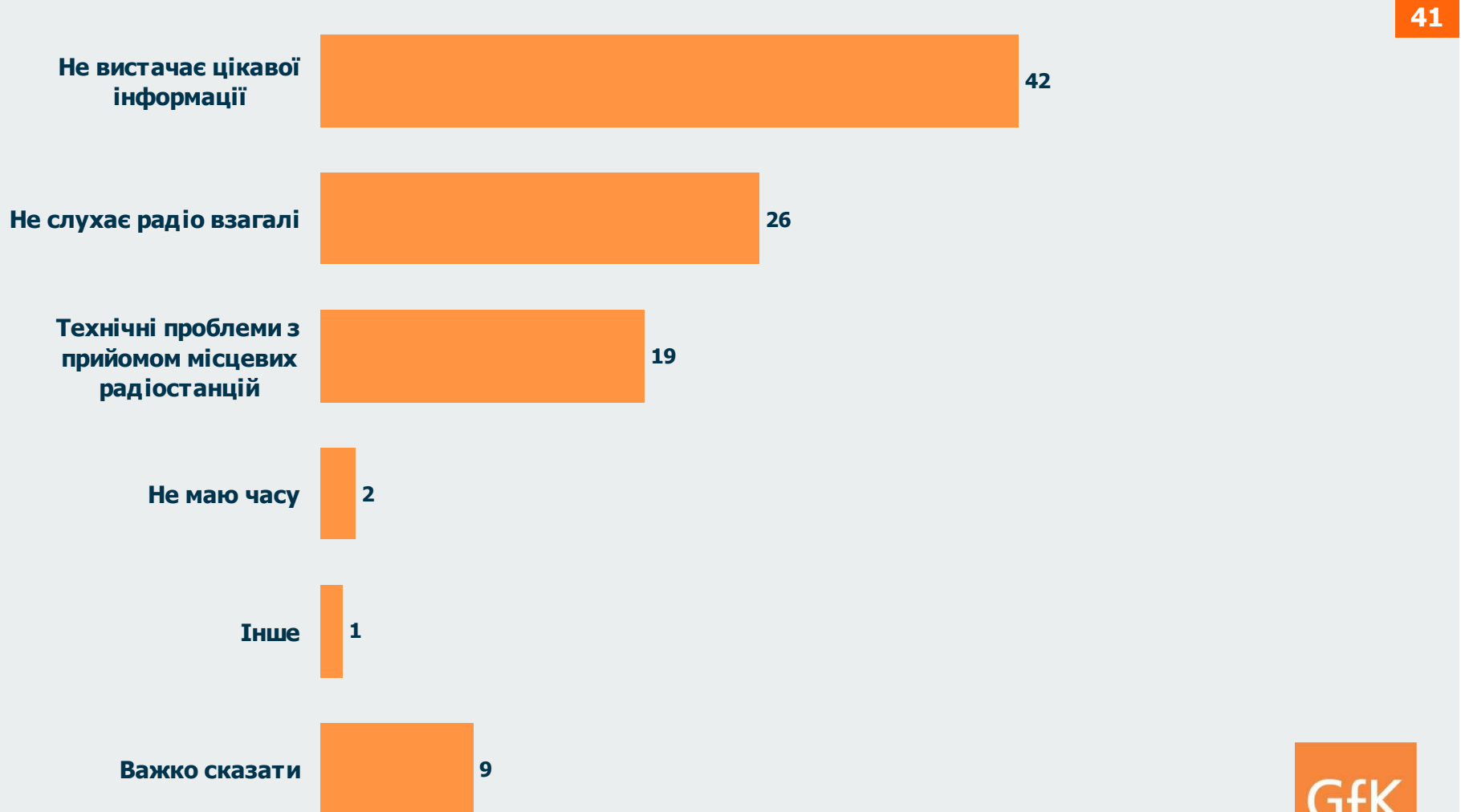
5 – Об'єктивність та достовірність інформації

Другорядні переваги

4 – Оперативність інформації
6 – Актуальність інформації
7 – Регулярність трансляцій

Чому Ви не слухаєте регіональне радіо?

% до всіх не слухачів регіонального радіо, N(2008)=202



41



Основні результати: Тематика регіональних ЗМІ

Оцінка типів інформації: пояснення матриці

Матриця оцінки пріоритетів

43

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

Зацікавленість в типах інформації

Оцінка типів інформації

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

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

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

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

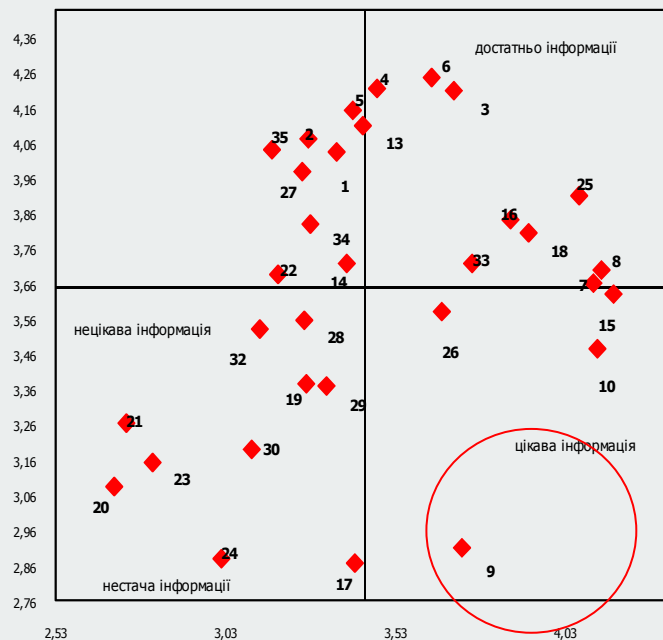
- 27 - Кримінальні історії, події
- 28 - Культурне життя
- 29 - Відпочинок/Мандри
- 30 - Природа/ Світ тварин
- 31 - Екологія/проблеми довкілля
- 32 - Дім, інтер'єр, будівництво, ремонт
- 33 - Наука та техніка
- 34 - Новини спорту
- 35 - Кросворди/гороскопи/анекдоти
- 36 - Прогнози погоди

44

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 доступом до Інтернет

Користування Інтернетом

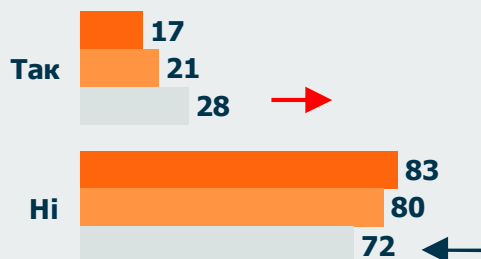
46

- В 2008 кількість користувачів Інтернетом в місті Запоріжжя зросла з 21% до 28%.
- 44% користувачів користуються Інтернет кілька разів на тиждень. 38% користувачів Інтернетом послуговуються ним щоденно .
- Найчастіше використовують доступ до Інтернету з дому (59%) і на роботі (29%).
- У 2008 більшість Інтернет-користувачів (58%) надають перевагу друкованій версії газет.

Користування доступом до Інтернет

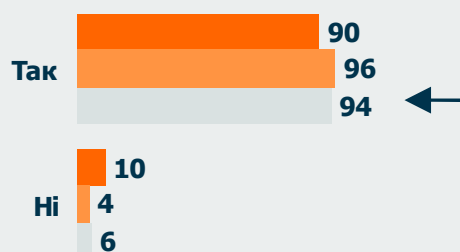
47

ЧИ ВИ КОРИСТУЄТЕСЬ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх респондентів,
N=350

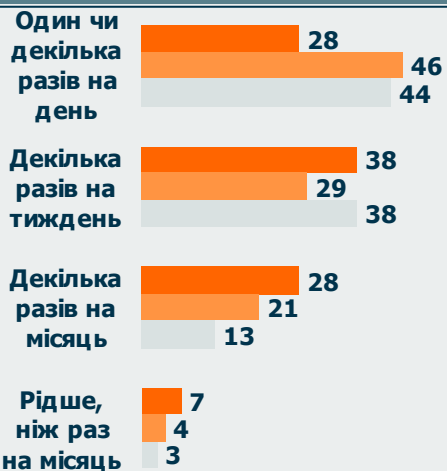
ЧИ КОРИСТУВАЛИСЯ ВИ ІНТЕРНЕТОМ ХОЧА Б ОДИН РАЗ ВПРОДОВЖ ОСТАННІХ 4 ТИЖНІВ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=100

■ 2006
■ 2007
■ 2008

ЯК ЧАСТО ОСОБИСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



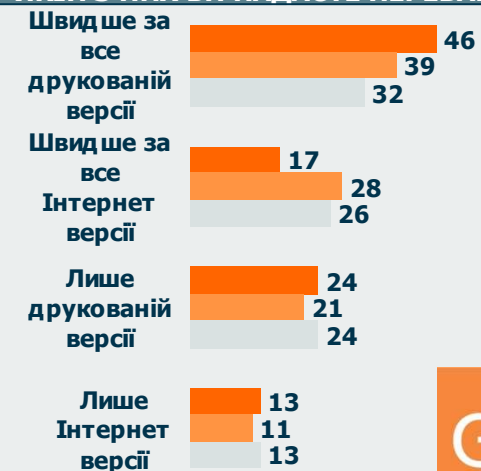
% до всіх користувачів Інтернет. N=100

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=100

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



% до всіх користувачів Інтернет. N=100

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.

49

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

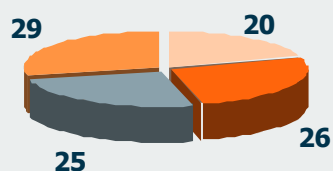
50

СТАТЬ



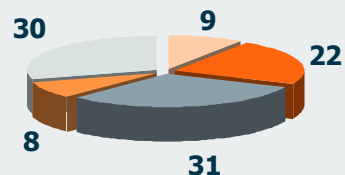
■ Чоловіки ■ Жінки

ВІК



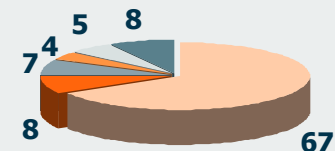
■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-55

ОСВІТА



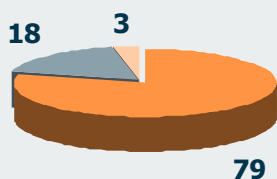
■ Незакінчена середня освіта
■ Середня освіта
■ Середня спеціальна освіта
■ Незакінчена вища
■ Вища освіта

ЗАЙНЯТІСТЬ



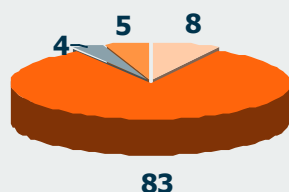
■ Найманий працівник
■ Самозайнятий
■ Тимчасово непрацюючий
■ Пенсіонер
■ Займається домогосподарством
■ Студент/учень

НАЦІОНАЛЬНІСТЬ



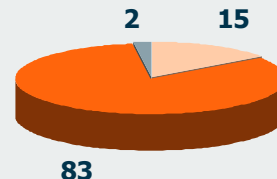
■ Українська ■ Російська
■ Інша

МОВА СПІЛКУВАННЯ НА РОБОТІ



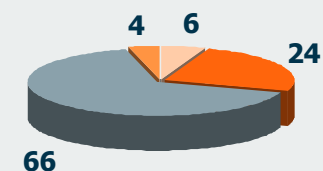
■ Українська ■ Російська
■ Інша ■ Не працює

МОВА СПІЛКУВАННЯ ВДОМА



■ Українська ■ Російська
■ Інша

РІВЕНЬ ДОБРОБУТУ



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

GfK