

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данный отчет представляет материалы маркетингового исследования 1012 жителей Калининграда, проводимого 20-26 декабря 2010 года.

Выборка квотная, репрезентирует состав населения Калининграда начиная с 16 лет по полу и возрасту на основании статистических данных Госкомстата. Опрос проводился маршрутным методом посредством личного интервью (face to face) по месту жительства респондентов. При построении выборочной совокупности была проведена стратификация по районам проживания респондентов в Калининграде.

Данные опроса обработаны с помощью пакета прикладных статистических программ SPSS 12,5. Допустимая ошибка выборки 3,2% при доверительной вероятности 0,95. Уровень отказов от участия в интервью (non – response rate)² не превышал 0.15. При работе на маршрутах осуществлялся 100% визуальный контроль анкет, 30% телефонный контроль, 20% адресный контроль.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫБОРКИ

ПОЛ РЕСПОНДЕНТА, %

Мужчины	47,0
Женщины	53,0

ВОЗРАСТ РЕСПОНДЕНТА, %

16-26 лет	19,7
27-38 лет	24,1
39-46 лет	16,2
47-55 лет	14,1
56-65 лет	14,5
Старше 66 лет	11,5

МАТЕРИАЛЬНЫЙ ДОСТАТОК РЕСПОНДЕНТА, %

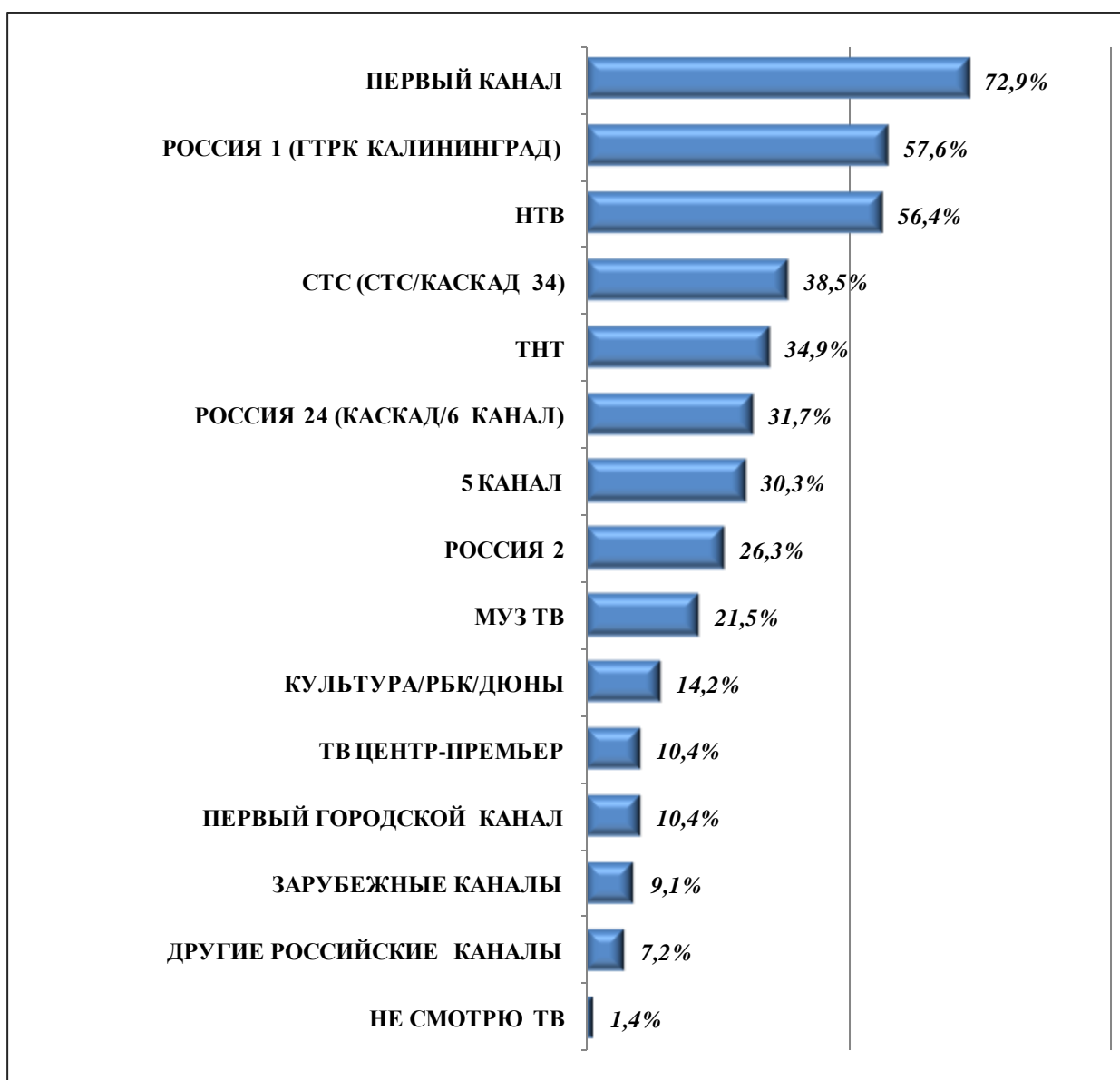
Очень низкий /испытываем бедственное положение, едва сводим концы с концами	4,7
Низкий / не бедствуем, но испытываем затруднения в повседневных расходах	27,3
Средний / не испытываем затруднений в повседневных расходах, но крупные траты планируем заранее	50,4
Высокий / вполне обеспеченные люди, не чувствуем материальных затруднений	13,0
Очень низкий /испытываем бедственное положение, едва сводим концы с концами	4,7

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

В первом блоке исследования мы рассматриваем рейтинги и аудитории телеканалов, а также местных телепрограмм.

В первом вопросе «Скажите, пожалуйста, какие канала вы совершенно точно смотрели за последнюю неделю?» (график 1) показана недельная аудитория всех телеканалов, размещающих калининградскую рекламу. Процент кумулятивный. При ответе на вопрос респондентам была предложена карточка и перечнем и логотипами телеканалов, участвующих в исследовании.

ГРАФИК 1. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ, %

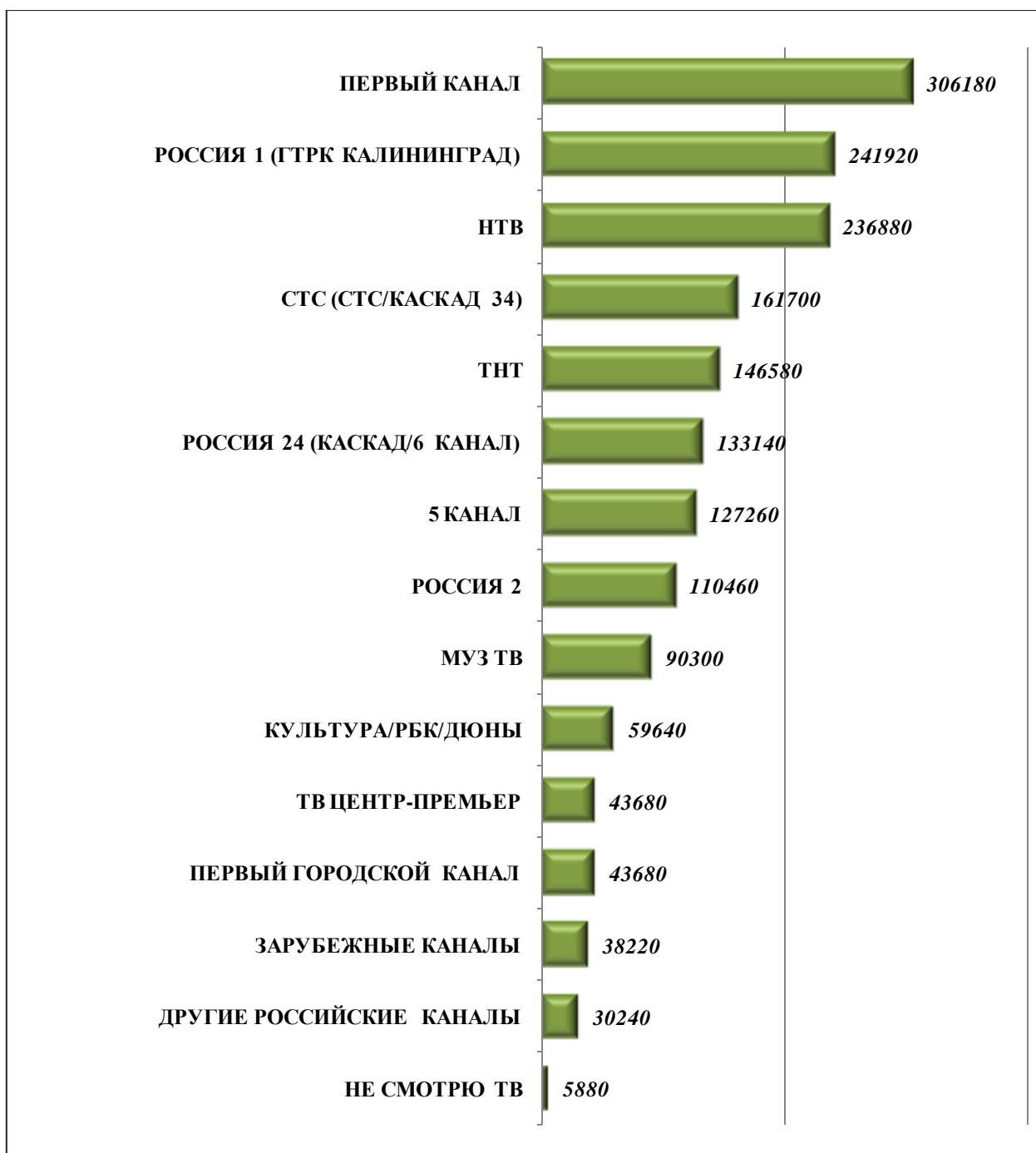


НА ГРАФИКЕ УКАЗАН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ ОТПРОШЕННЫХ

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

Ниже мы приводим объем недельной аудитории каждого канала из расчета средней численности взрослого населения Калининграда (старше 16 лет) – 420000 человек.

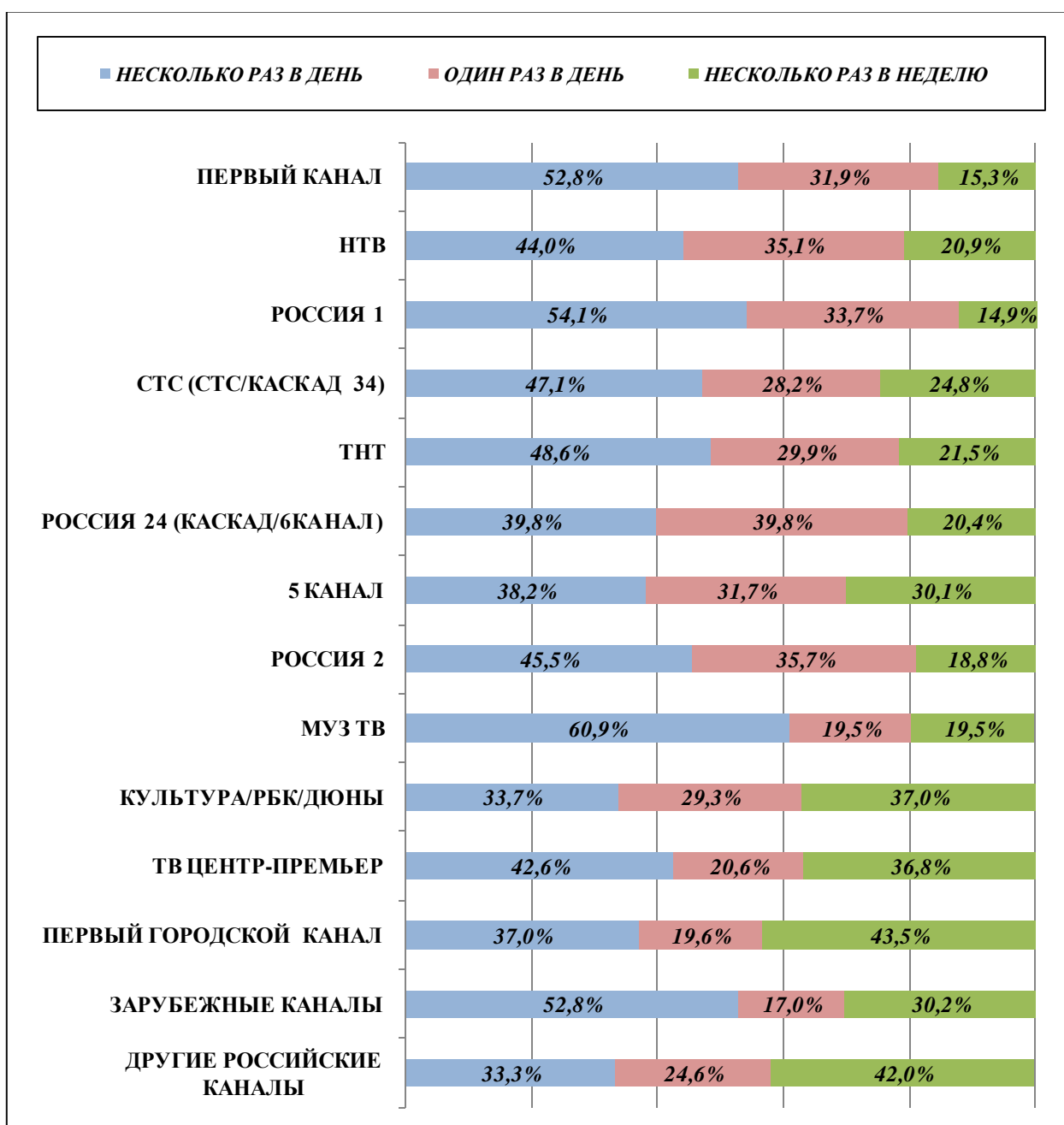
ГРАФИК 2. НЕДЕЛЬНЫЙ ОБЪЕМ АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, ТЫС. ЧЕЛОВЕК



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

В ходе исследования мы предлагали респондентам выбрать частоту просмотра телеканала в течение недели – «несколько раз в день», «один раз в день», «несколько раз в неделю». Данные представлены на графике 3. Исходя из этих данных, мы рассчитали среднесуточный объем аудитории каждого канала. График 4.

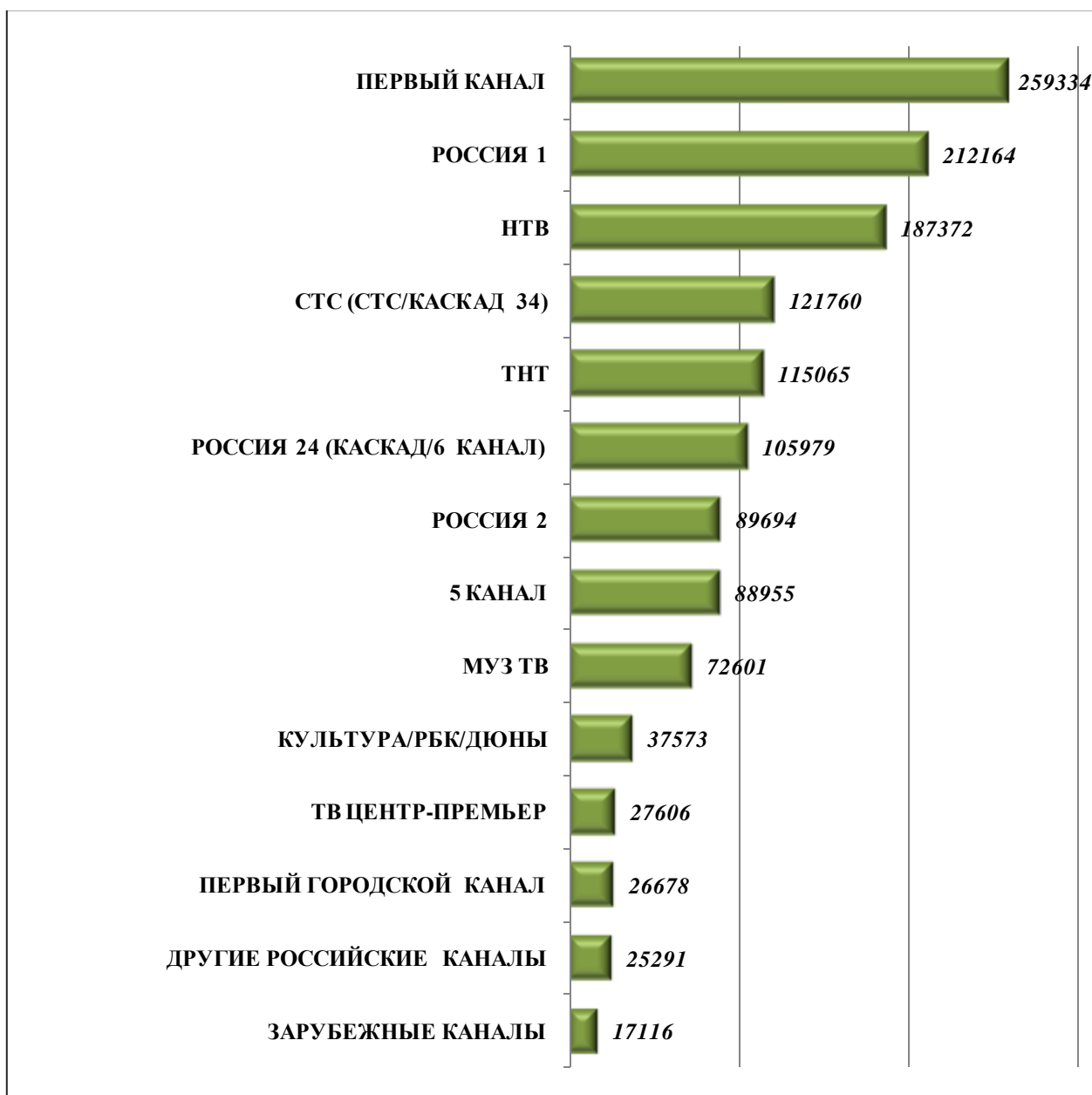
ГРАФИК 3. ЧАСТОТА ПРОСМОТРА ТЕЛЕКАНАЛОВ, %



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

На графике 20 мы рассматриваем среднесуточный объем аудиторий телеканалов. Таким образом, мы рассматриваем только тех респондентов, кто смотрел телеканалы «несколько раз в день» и «один раз в день» (График 3). Данные приводятся исходя из общего объема аудитории каждого канала.

ГРАФИК 4. СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОБЪЕМ АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, ТЫС. ЧЕЛОВЕК



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АНАЛИЗ АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОМУ СОСТАВУ

Рассмотрим аудитории телеканалов с точки зрения пола и возраста респондентов. Рассмотрим каждую группу респондентов отдельно. На всех график данные распределения данных от 100% населения.

ПОЛ РЕСПОНДЕНТА

ГРАФИК 4. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ МУЖЧИН

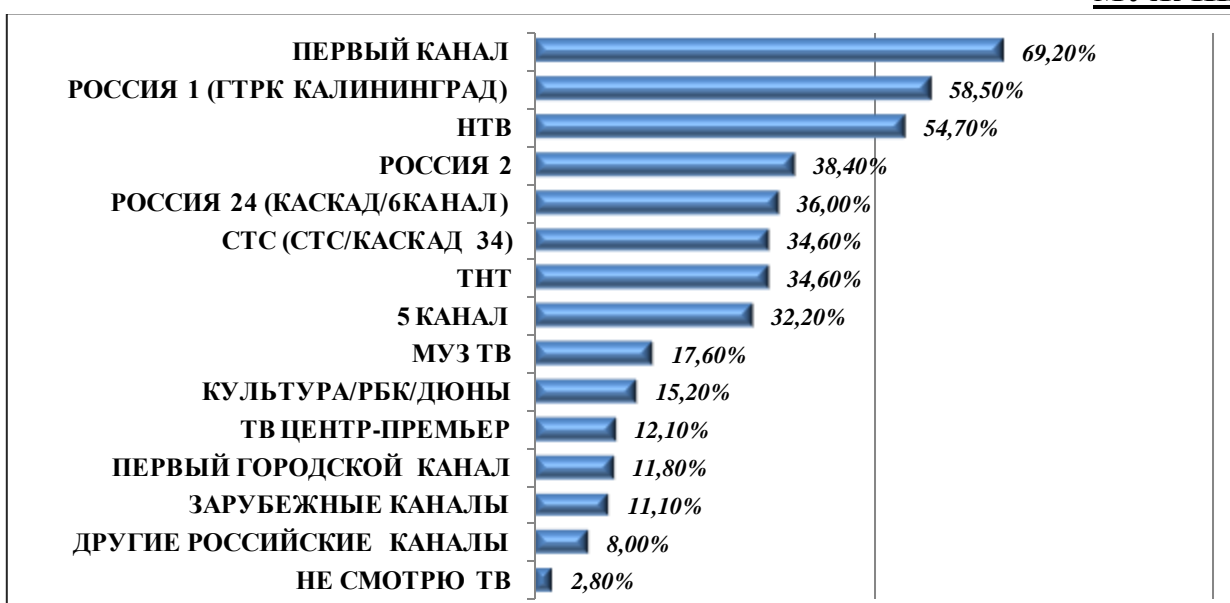
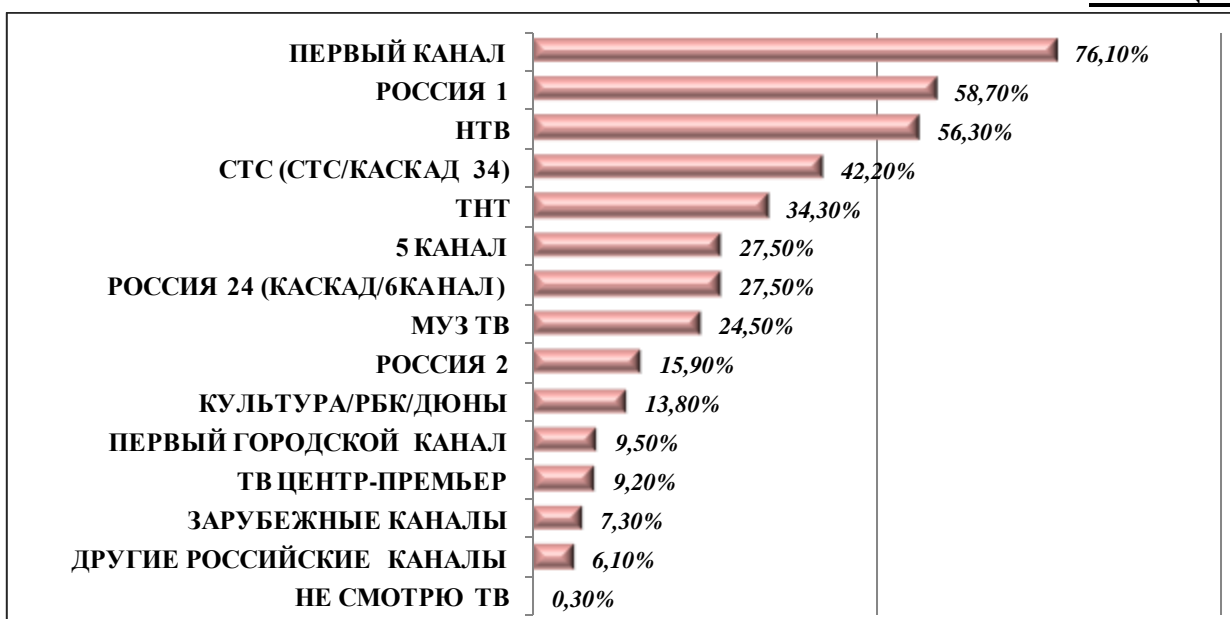


ГРАФИК 5. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ ЖЕНЩИН



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ
АНАЛИЗ АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОМУ СОСТАВУ

ВОЗРАСТ РЕСПОНДЕНТА

ГРАФИК 6. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ 16-26 ЛЕТ

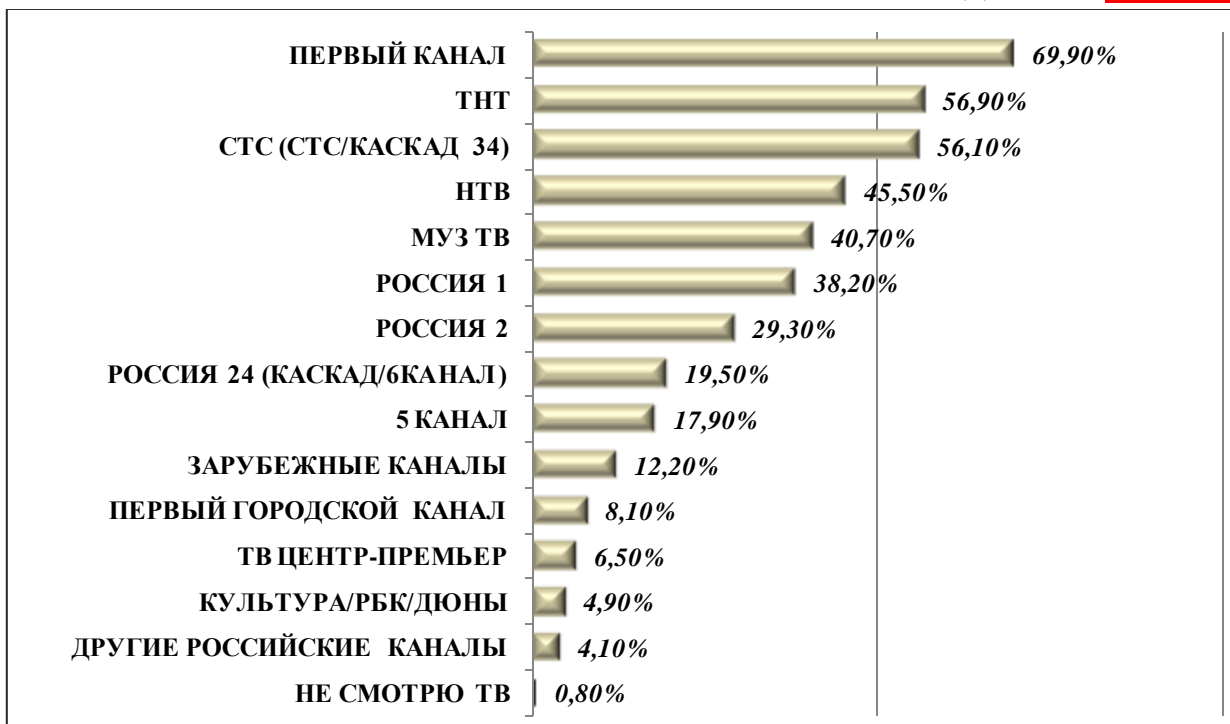
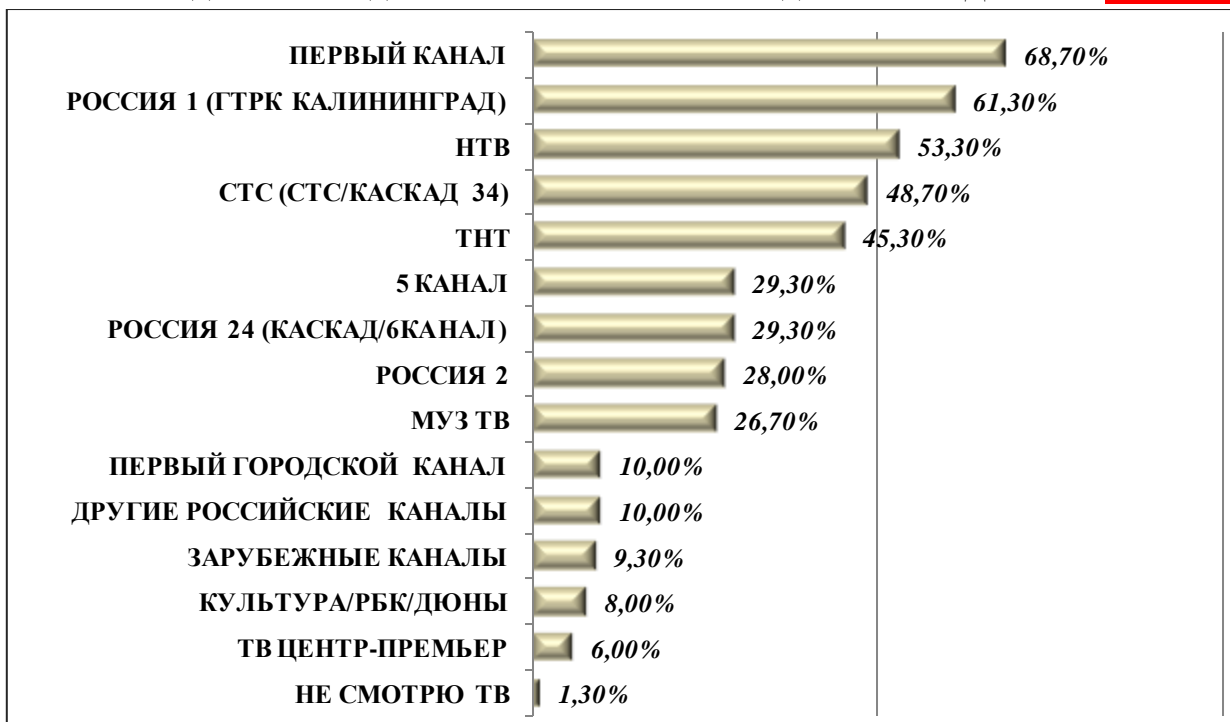


ГРАФИК 7. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ 27-38 ЛЕТ



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ
АНАЛИЗ АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОМУ СОСТАВУ

ГРАФИК 8. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ
39-46 ЛЕТ

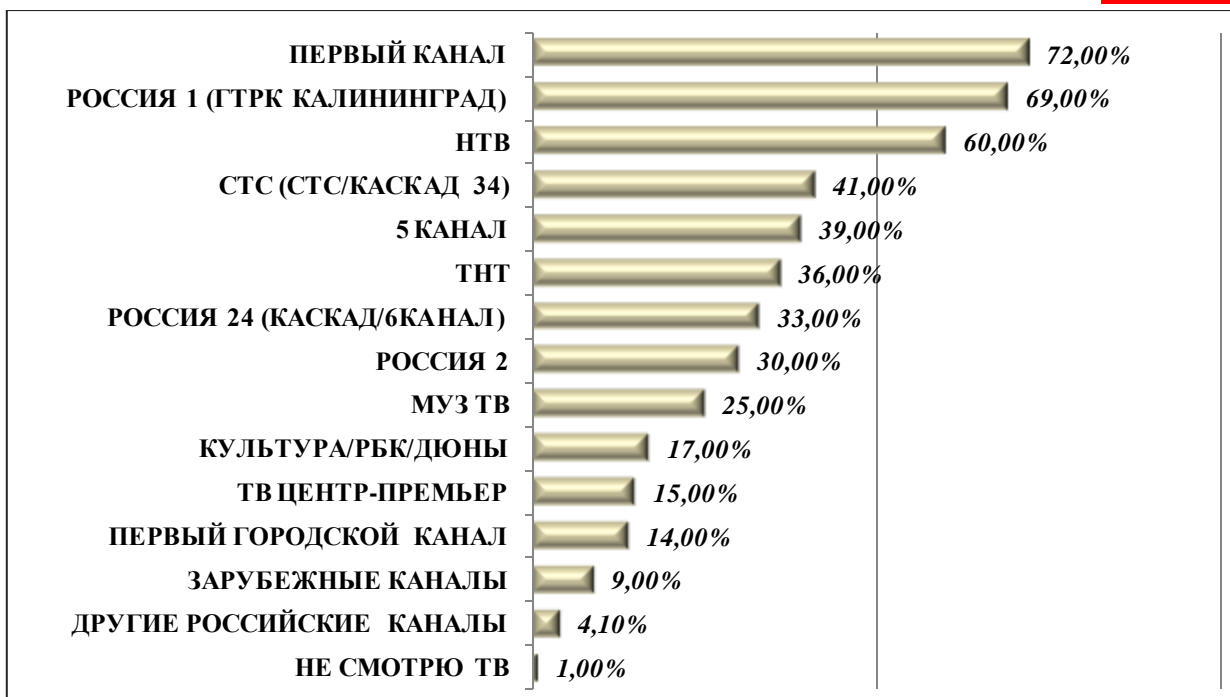
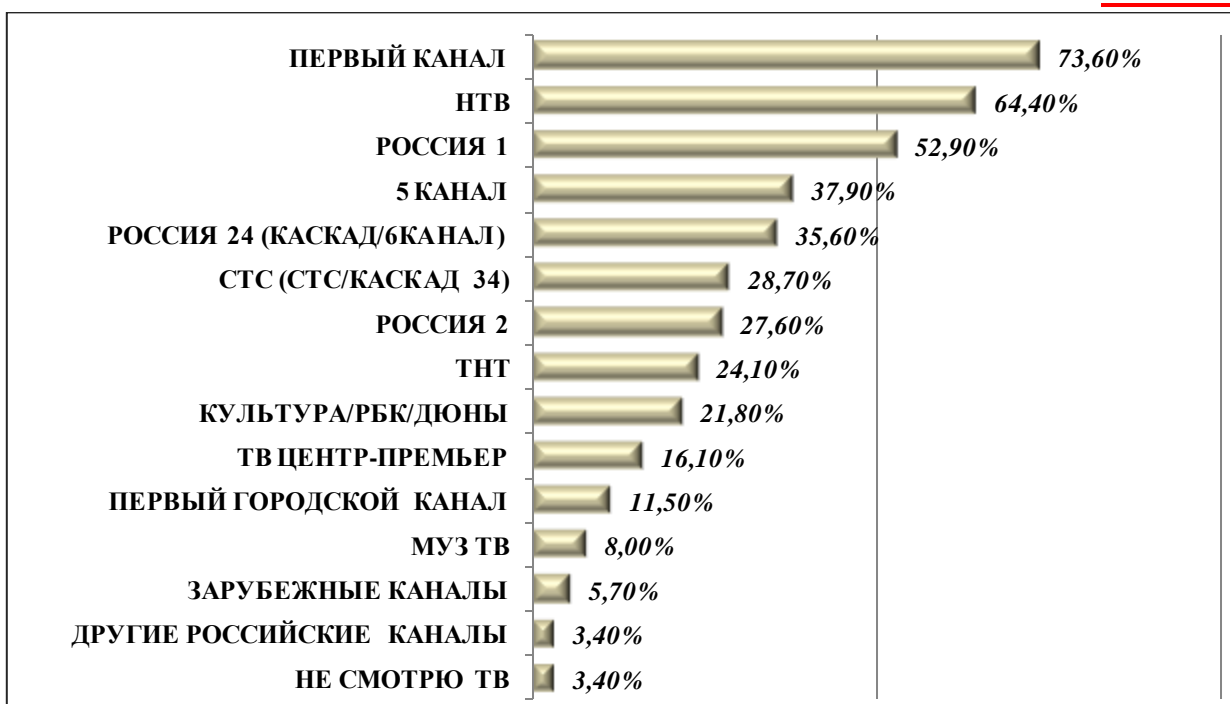


ГРАФИК 9. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ
47-55 ЛЕТ



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ
АНАЛИЗ АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОМУ СОСТАВУ

ГРАФИК 10. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ
56-65 ЛЕТ

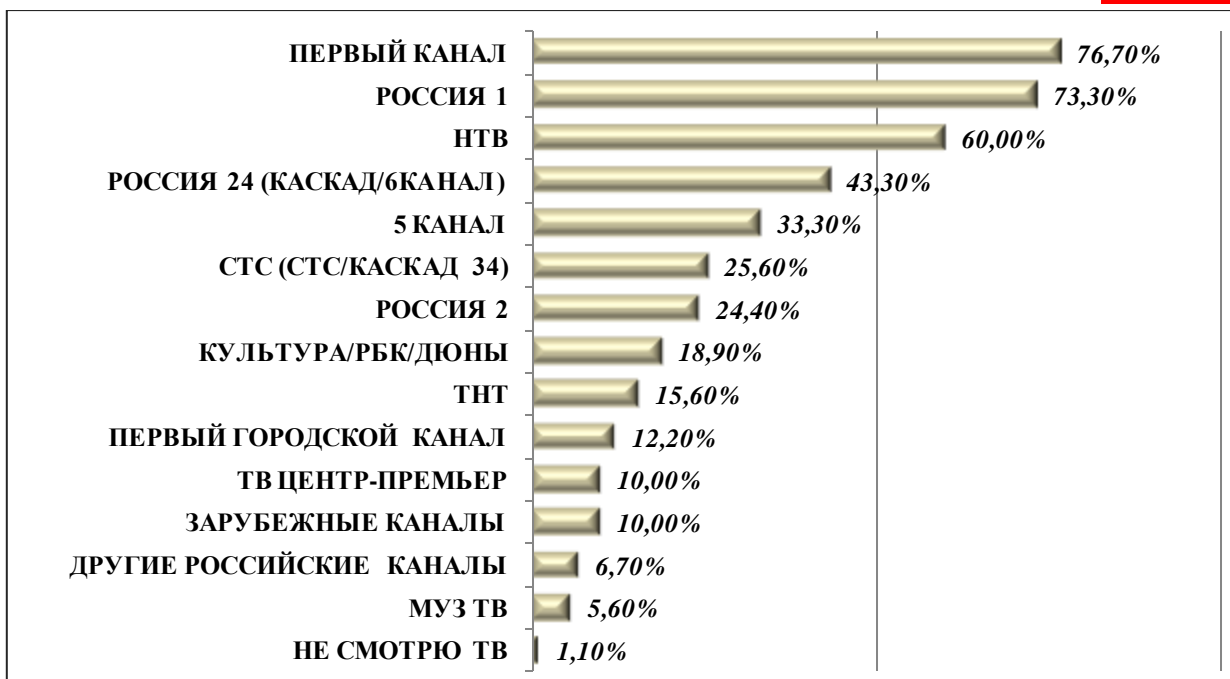
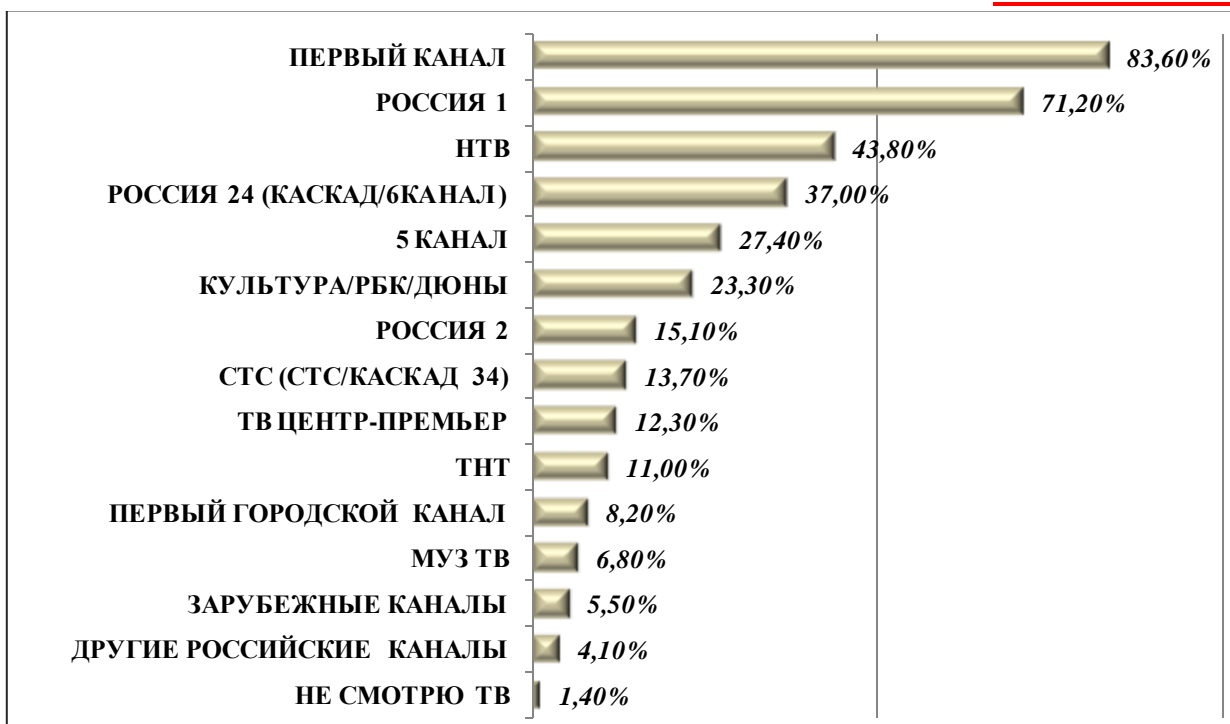


ГРАФИК 11. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ
СТАРШЕ 66 ЛЕТ

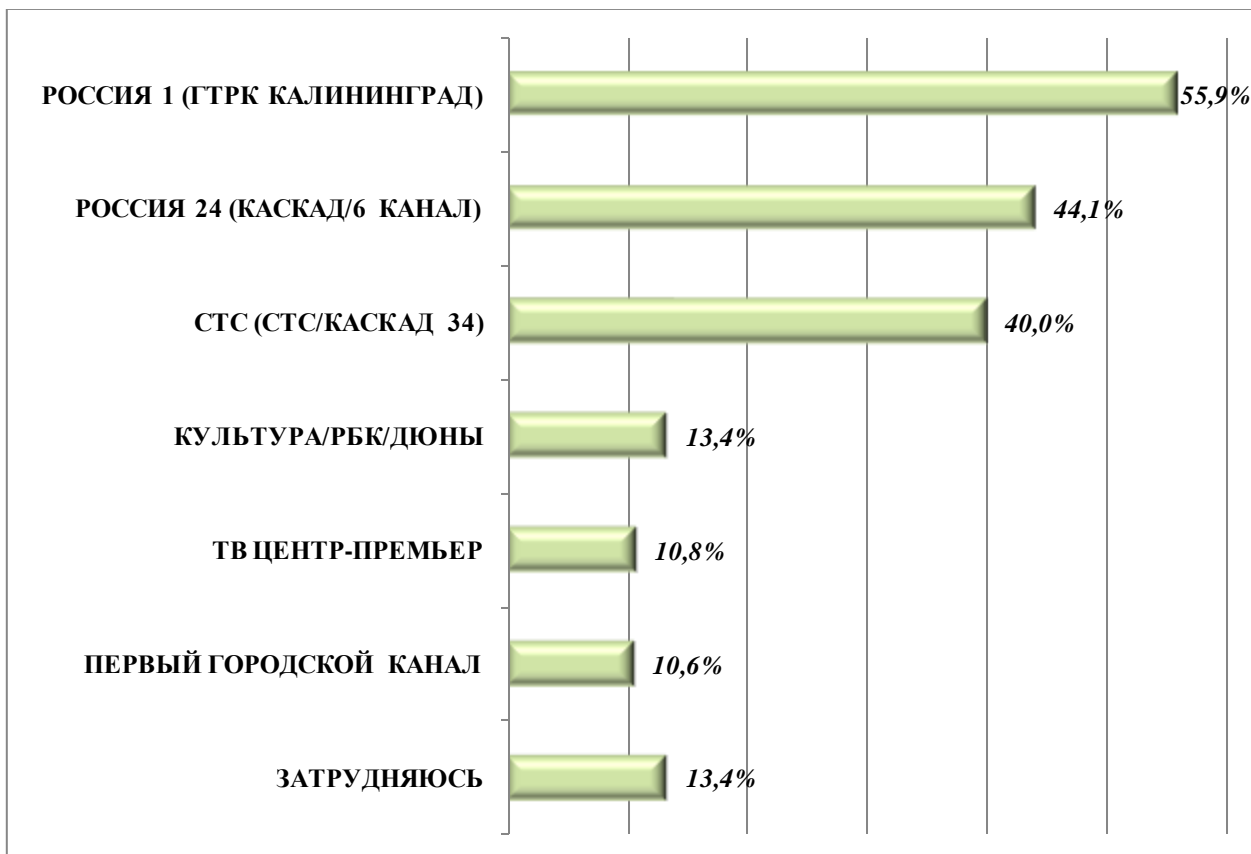


РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

Рассмотрим вопросы, касающиеся местных телепрограмм.

ГРАФИК 12. «СМОТРИТЕ ЛИ ВЫ РЕГИОНАЛЬНЫЕ НОВОСТНЫЕ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ НА КАНАЛАХ...»



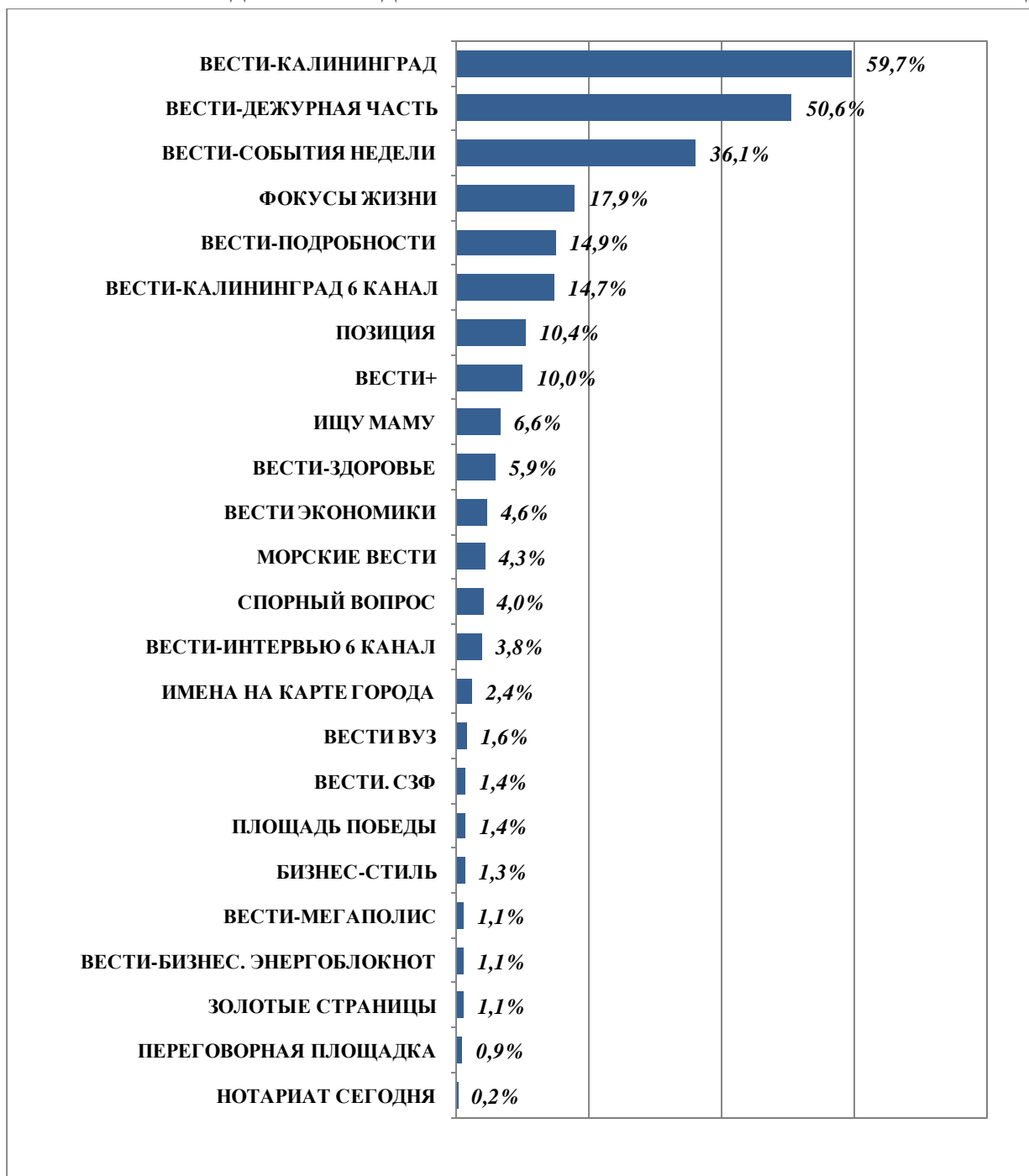
НА ГРАФИКЕ УКАЗАН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

РОССИЯ 1 / ГТРК «КАЛИНИНГРАД»

ГРАФИК 13. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛА РОССИЯ 1 / ГТРК КАЛИНИНГРАД

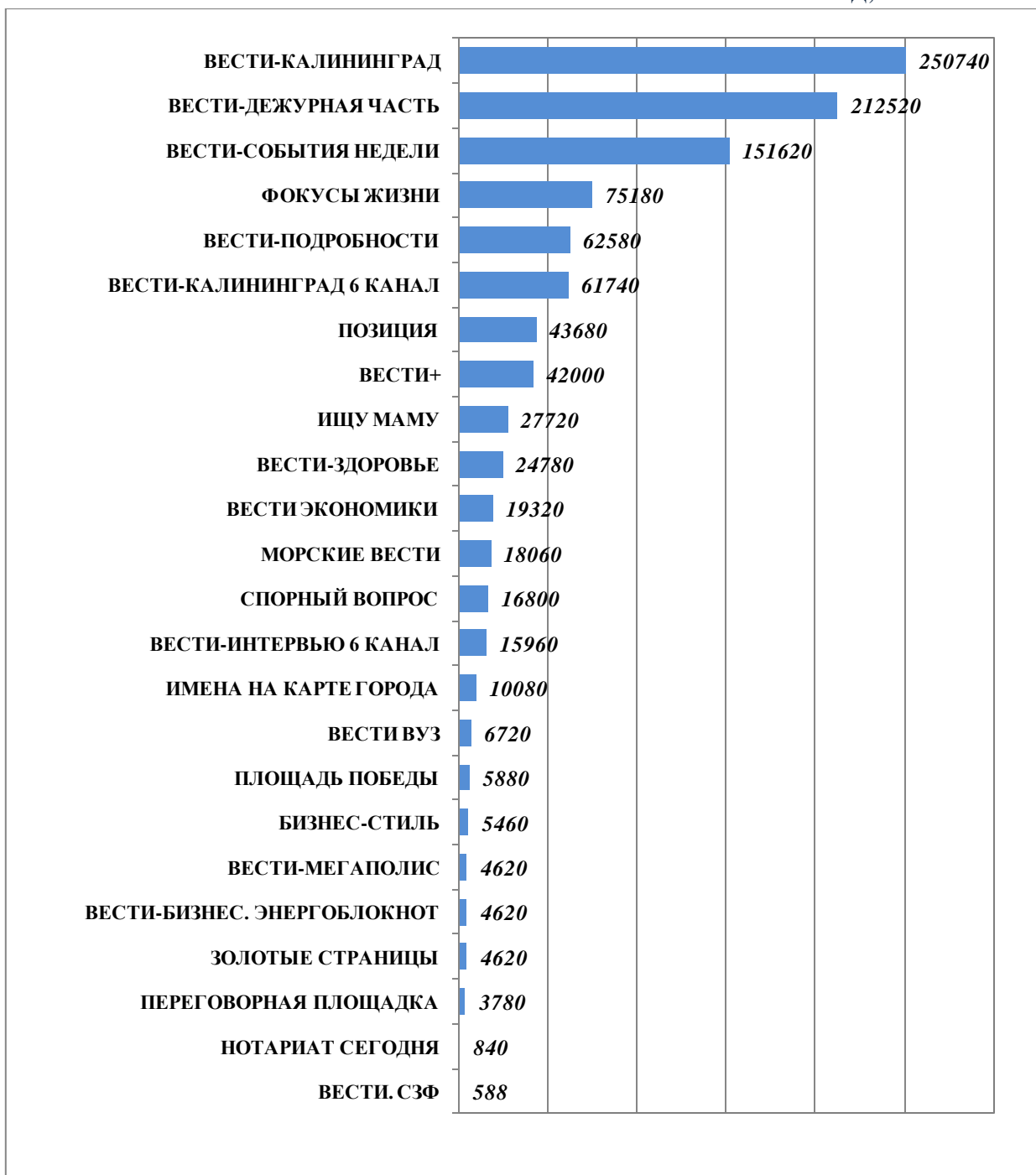


РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

Данные по объему недельной аудитории телеканала были получены исходя из средней численности взрослого населения Калининграда (старше 18 лет) - 420000 тыс. человек.

ГРАФИК 14. ОБЪЕМ НЕДЕЛЬНОЙ АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛА РОССИЯ 1 / ГТРК КАЛИНИНГРАД, ТЫС.ЧЕЛОВЕК



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

СОСТАВ АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ КАНАЛА РОССИЯ 1/ГТРК «КАЛИНИНГРАД» В РАЗРЕЗЕ ГЕНДЕРНЫХ ГРУПП РЕСПОНДЕНТОВ ОТ 100% НАСЕЛЕНИЯ

ТЕЛЕПРОГРАММА	МУЖЧИНЫ, %	ЖЕНЩИНЫ, %
ВЕСТИ-КАЛИНИНГРАД	59,6	65,9
ВЕСТИ-СОБЫТИЯ НЕДЕЛИ	37,0	35,7
ВЕСТИ-ДЕЖУРНАЯ ЧАСТЬ	53,8	48,2
ВЕСТИ-ПОДРОБНОСТИ	16,1	14,3
ВЕСТИ-КАЛИНИНГРАД 6 КАНАЛ	14,7	14,9
ВЕСТИ-ИНТЕРВЬЮ 6 КАНАЛ	4,5	3,4
ПОЗИЦИЯ	10,3	11,0
ВЕСТИ ЭКОНОМИКИ	6,5	3,0
ВЕСТИ+	10,3	9,8
ВЕСТИ ВУЗ	0,7	2,4
ВЕСТИ. СЗФ	0,7	2,1
ВЕСТИ-МЕГАПОЛИС	1,0	0,9
ВЕСТИ-ЗДОРОВЬЕ	3,4	8,2
БИЗНЕС-СТИЛЬ	0,7	1,8
ПЛОЩАДЬ ПОБЕДЫ	2,1	0,9
НОТАРИАТ СЕГОДНЯ	0,0	0,3
ВЕСТИ-БИЗНЕС. ЭНЕРГОБЛОКНОТ	1,7	0,6
ПЕРЕГОВОРНАЯ ПЛОЩАДКА	0,7	1,2
МОРСКИЕ ВЕСТИ	5,8	3,0
ИМЕНА НА КАРТЕ ГОРОДА	3,4	1,5
СПОРНЫЙ ВОПРОС	6,5	1,5
ФОКУСЫ ЖИЗНИ	16,4	19,5
ИЩУ МАМУ	2,4	10,4
ЗОЛОТЫЕ СТРАНИЦЫ	1,0	1,2

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

СОСТАВ АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ КАНАЛА РОССИЯ 1/ГТРК «КАЛИНИНГРАД» В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП РЕСПОНДЕНТОВ ОТ 100% НАСЕЛЕНИЯ

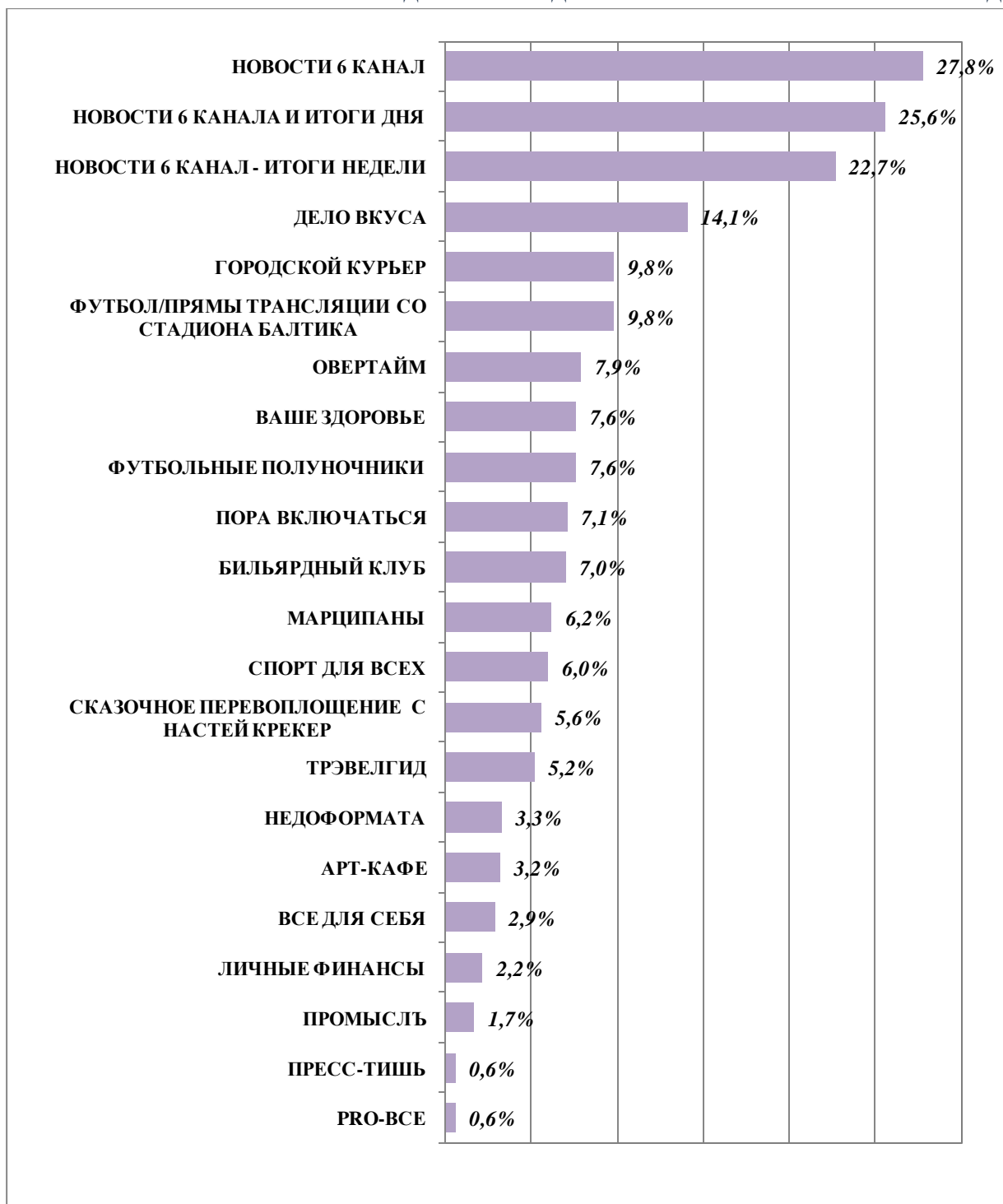
ТЕЛЕПРОГРАММА	16-26 ЛЕТ, %	27-38 ЛЕТ, %	39-46 ЛЕТ, %	47-55 ЛЕТ, %	56-65 ЛЕТ, %	СТАРШЕ 66 ЛЕТ, %
ВЕСТИ-КАЛИНИНГРАД	56,9	61,2	66,3	64,8	62,2	67,1
ВЕСТИ-СОБЫТИЯ НЕДЕЛИ	22,8	32,9	41,6	40,9	42,2	46,6
ВЕСТИ-ДЕЖУРНАЯ ЧАСТЬ	43,1	48,0	51,5	52,3	62,3	53,4
ВЕСТИ-ПОДРОБНОСТИ	6,5	13,2	17,8	17,0	22,2	17,8
ВЕСТИ-КАЛИНИНГРАД 6 КАНАЛ	10,6	14,5	18,8	13,6	14,5	19,2
ВЕСТИ-ИНТЕРВЬЮ 6 КАНАЛ	1,6	1,3	4,0	4,5	6,7	8,2
ПОЗИЦИЯ	2,4	7,2	8,9	18,2	15,6	16,4
ВЕСТИ ЭКОНОМИКИ	2,4	7,9	5,0	4,5	4,4	1,4
ВЕСТИ+	5,7	8,6	10,9	13,6	14,3	9,6
ВЕСТИ ВУЗ	4,1	0,0	3,0	0,0	2,2	0,0
ВЕСТИ. СЗФ	0,0	1,3	1,0	2,3	2,1	2,7
ВЕСТИ-МЕГАПОЛИС	2,4	0,7	0,0	1,1	1,1	1,4
ВЕСТИ-ЗДОРОВЬЕ	1,6	4,6	5,0	4,5	8,9	15,1
БИЗНЕС-СТИЛЬ	0,8	2,0	3,0	1,1	0,0	0,0
ПЛОЩАДЬ ПОБЕДЫ	0,7	0,7	1,0	1,1	3,3	2,7
НОТАРИАТ СЕГОДНЯ	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ВЕСТИ-БИЗНЕС. ЭНЕРГОБЛОКНОТ	0,7	1,3	1,0	3,4	0,0	0,0
ПЕРЕГОВОРНАЯ ПЛОЩАДКА	0,6	1,3	0,0	3,2	0,0	0,0
МОРСКИЕ ВЕСТИ	2,4	0,7	2,0	8,0	10,0	6,8
ИМЕНА НА КАРТЕ ГОРОДА	1,6	4,6	1,0	1,1	2,2	2,7
СПОРНЫЙ ВОПРОС	2,4	3,3	3,0	9,1	4,4	2,7
ФОКУСЫ ЖИЗНИ	20,3	24,3	18,8	13,6	12,2	11,0
ИЩУ МАМУ	5,7	4,6	10,9	12,5	2,2	5,5
ЗОЛОТЫЕ СТРАНИЦЫ	0,0	0,0	1,0	2,3	1,1	4,1

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

НТРК «КАСКАД»

ГРАФИК 15. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛА НТРК «КАСКАД»



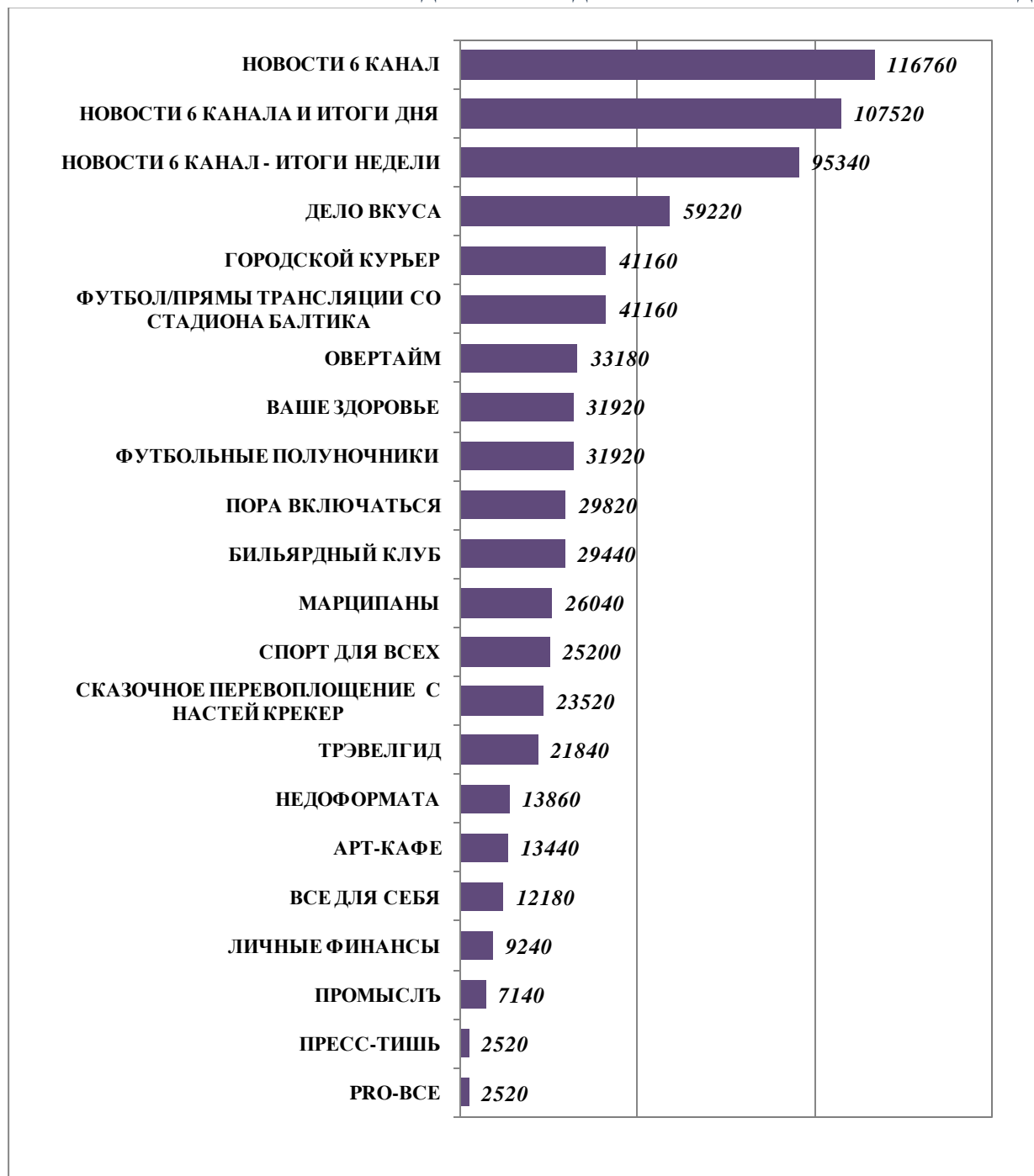
НА ГРАФИКЕ УКАЗАН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

Данные по объему недельной аудитории телеканала были получены исходя из средней численности взрослого населения Калининграда (старше 18 лет) - 420000 тыс. человек.

ГРАФИК 16. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛА НТРК «КАСКАД»



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

СОСТАВ АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ КАНАЛА НТРК «КАСКАД» В РАЗРЕЗЕ ГЕНДЕРНЫХ ГРУПП РЕСПОНДЕНТОВ ОТ 100% НАСЕЛЕНИЯ

ТЕЛЕПРОГРАММА	МУЖЧИНЫ, %	ЖЕНЩИНЫ, %
НОВОСТИ 6 КАНАЛ	29,6	26,3
НОВОСТИ 6 КАНАЛА И ИТОГИ ДНЯ	26,1	25,1
НОВОСТИ 6 КАНАЛ - ИТОГИ НЕДЕЛИ	24,4	21,1
АРТ - КАФЕ	3,1	3,4
БИЛЬЯРДНЫЙ КЛУБ	10,7	3,7
ВАШЕ ЗДОРОВЬЕ	4,5	10,7
ВСЕ ДЛЯ СЕБЯ	1,0	4,3
ГОРОДСКОЙ КУРЬЕР	8,9	11,0
ДЕЛО ВКУСА	6,5	20,5
ЛИЧНЫЕ ФИНАНСЫ	1,7	2,4
МАРЦИПАНЫ	7,2	5,5
НЕДОФОРМАТА	3,8	3,1
ТРЭВЕЛГИД	3,8	6,7
ОВЕРТАЙМ	13,4	3,4
СКАЗОЧНОЕ ПЕРЕВОЩЛОЩЕНИЕ С НАСТЕЙ КРЕКЕР	0,4	9,8
ПРЕСС-ТИШЬ	0,7	0,6
ПРОМЫСЛЬ	3,1	0,6
PRO-ВСЕ	0,3	0,9
ФУТБОЛ/ПРЯМЫ ТРАНСЛЯЦИИ СО СТАДИОНА БАЛТИКА	18,6	2,1
ПОРА ВКЛЮЧАТЬСЯ	5,8	8,6
СПОРТ ДЛЯ ВСЕХ	11,3	1,5
ФУТБОЛЬНЫЕ ПОЛУНОЧНИКИ	14,8	1,2

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ, МЕСТНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ, СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

СОСТАВ АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ КАНАЛА НТРК «КАСКАД» В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП РЕСПОНДЕНТОВ ОТ 100% НАСЕЛЕНИЯ

ТЕЛЕПРОГРАММА	16-26 ЛЕТ,%	27-38 ЛЕТ, %	39-46 ЛЕТ, %	47-55 ЛЕТ, %	56-65 ЛЕТ, %	СТАРШЕ 66 ЛЕТ, %
НОВОСТИ 6 КАНАЛ	14,6	25,0	29,0	36,4	34,4	35,6
НОВОСТИ 6 КАНАЛА И ИТОГИ ДНЯ	11,4	23,0	32,0	28,4	28,9	39,7
НОВОСТИ 6 КАНАЛ - ИТОГИ НЕДЕЛИ	17,9	17,8	25,0	22,7	30,0	30,1
АРТ - КАФЕ	8,1	2,0	1,0	4,5	2,2	0,0
БИЛЬЯРДНЫЙ КЛУБ	12,2	7,2	9,0	6,8	2,2	1,4
ВАШЕ ЗДОРОВЬЕ	2,4	4,6	4,0	14,8	12,2	13,7
ВСЕ ДЛЯ СЕБЯ	1,6	3,3	3,0	2,3	3,3	2,7
ГОРОДСКОЙ КУРЬЕР	7,3	9,9	11,0	13,6	12,2	5,5
ДЕЛО ВКУСА	12,2	17,1	13,0	12,5	16,7	12,3
ЛИЧНЫЕ ФИНАНСЫ	0,8	1,3	5,0	2,3	2,2	2,7
МАРЦИПАНЫ	9,8	5,9	7,0	8,0	2,2	1,4
НЕДОФОРМАТА	6,5	2,0	5,0	4,5	1,1	0,0
ТРЭВЕЛГИД	8,1	5,9	8,0	4,5	2,2	0,0
ОВЕРТАЙМ	9,8	10,5	7,0	8,0	6,7	2,7
СКАЗОЧНОЕ ПЕРЕВОПЛОЩЕНИЕ С НАСТЕЙ КРЕКЕР	5,7	8,6	6,0	6,8	1,1	1,4
ПРЕСС-ТИШЬ	1,6	0,7	0,0	1,1	0,0	0,0
ПРОМЫСЛЬ	0,0	1,3	1,0	3,4	5,6	0,0
PRO-ВСЕ	1,6	0,7	0,0	1,1	0,0	0,0
ФУТБОЛ/ПРЯМЫ ТРАНСЛЯЦИИ СО СТАДИОНА БАЛТИКА	11,4	4,6	11,0	13,6	8,9	5,5
ПОРА ВКЛЮЧАТЬСЯ	7,3	9,9	8,0	6,8	6,7	1,4
СПОРТ ДЛЯ ВСЕХ	9,8	5,9	8,0	4,5	2,2	4,1
ФУТБОЛЬНЫЕ ПОЛУНОЧНИКИ	9,8	6,6	8,0	12,5	6,7	1,4

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ

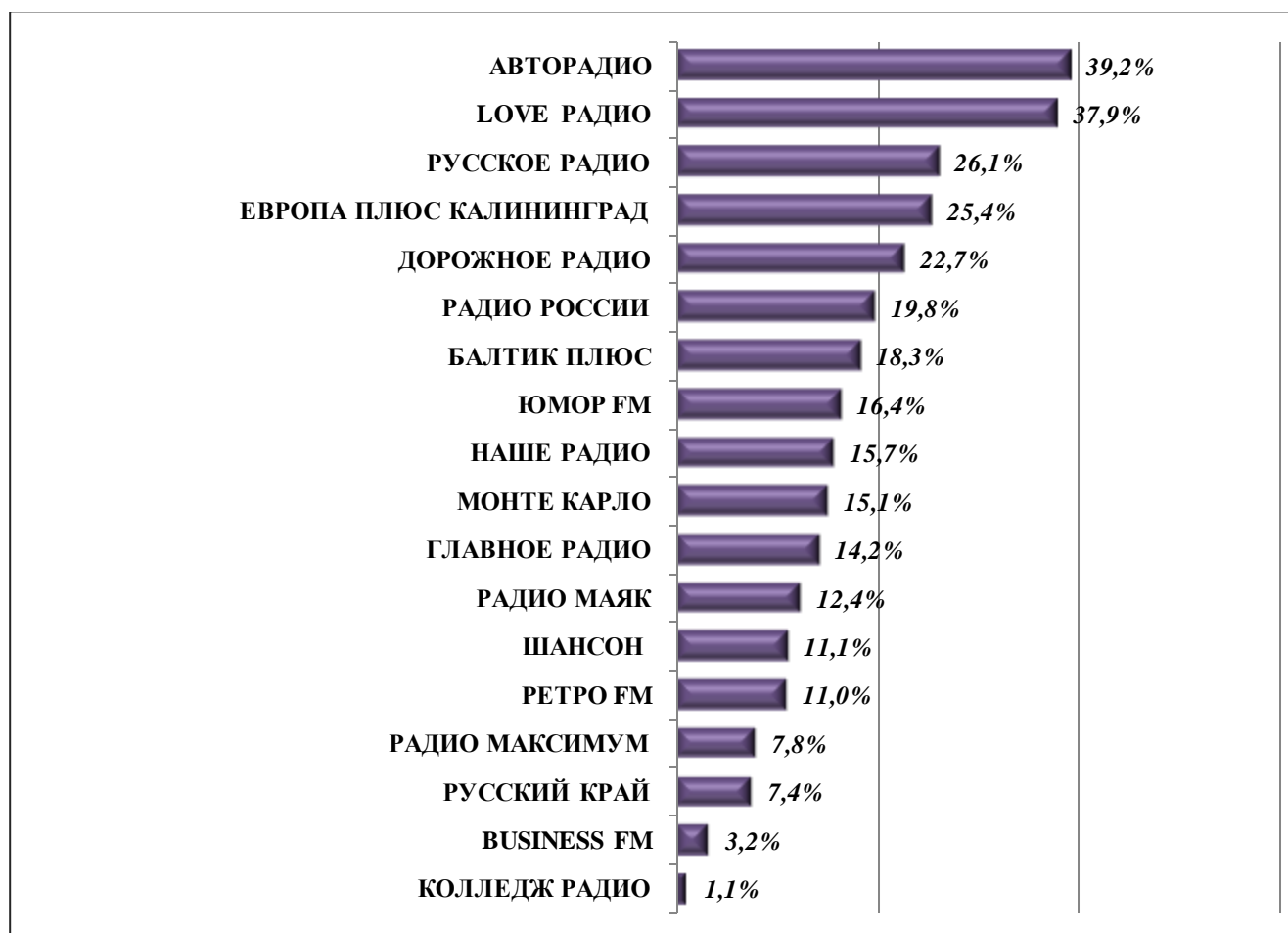
Следующий блок исследования посвящен рейтингу и аудиториям радиостанций, работающих на территории Калининградской области.

Вопросы блока радиостанций:

- ✓ Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных радиостанций вы совершенно точно слушали за последнюю неделю?
- ✓ Скажите, пожалуйста, как часто вы слушали эти радиостанции? (несколько раз в день, один раз в день, несколько раз в неделю)

В первом вопросе респонденту предлагалась карточка с перечнем всех радиостанций, вещающих в регионе.

ГРАФИК 17. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИЙ, %

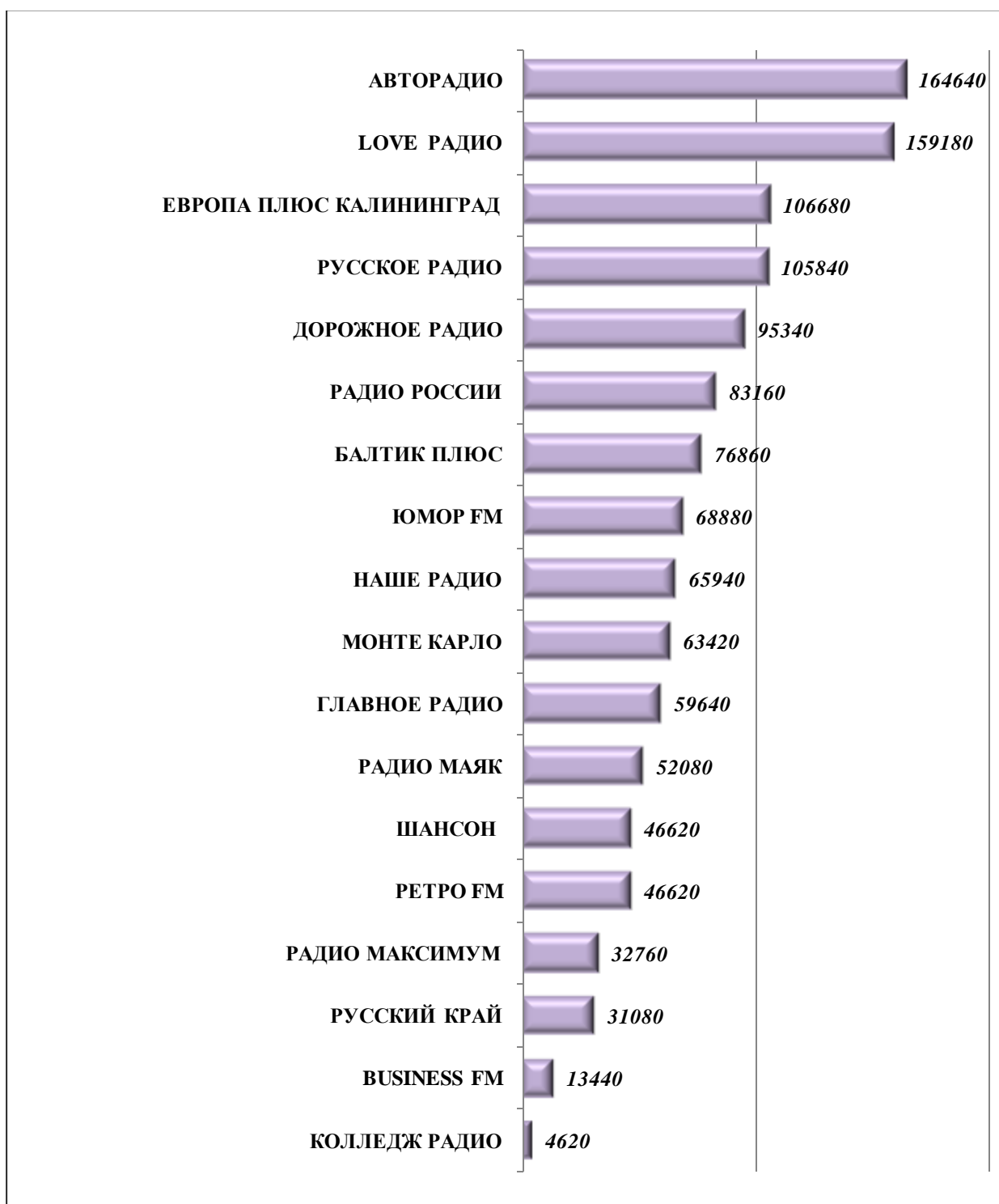


НА ГРАФИКЕ УКАЗАН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ ОТПРОШЕННЫХ

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ

Ниже мы приводим объем недельной аудитории каждой радиостанции из расчета средней численности взрослого населения Калининграда (старше 18 лет) – 420000 человек.

ГРАФИК 18. ОБЪЕМ НЕДЕЛЬНОЙ АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ, ТЫС. ЧЕЛ.

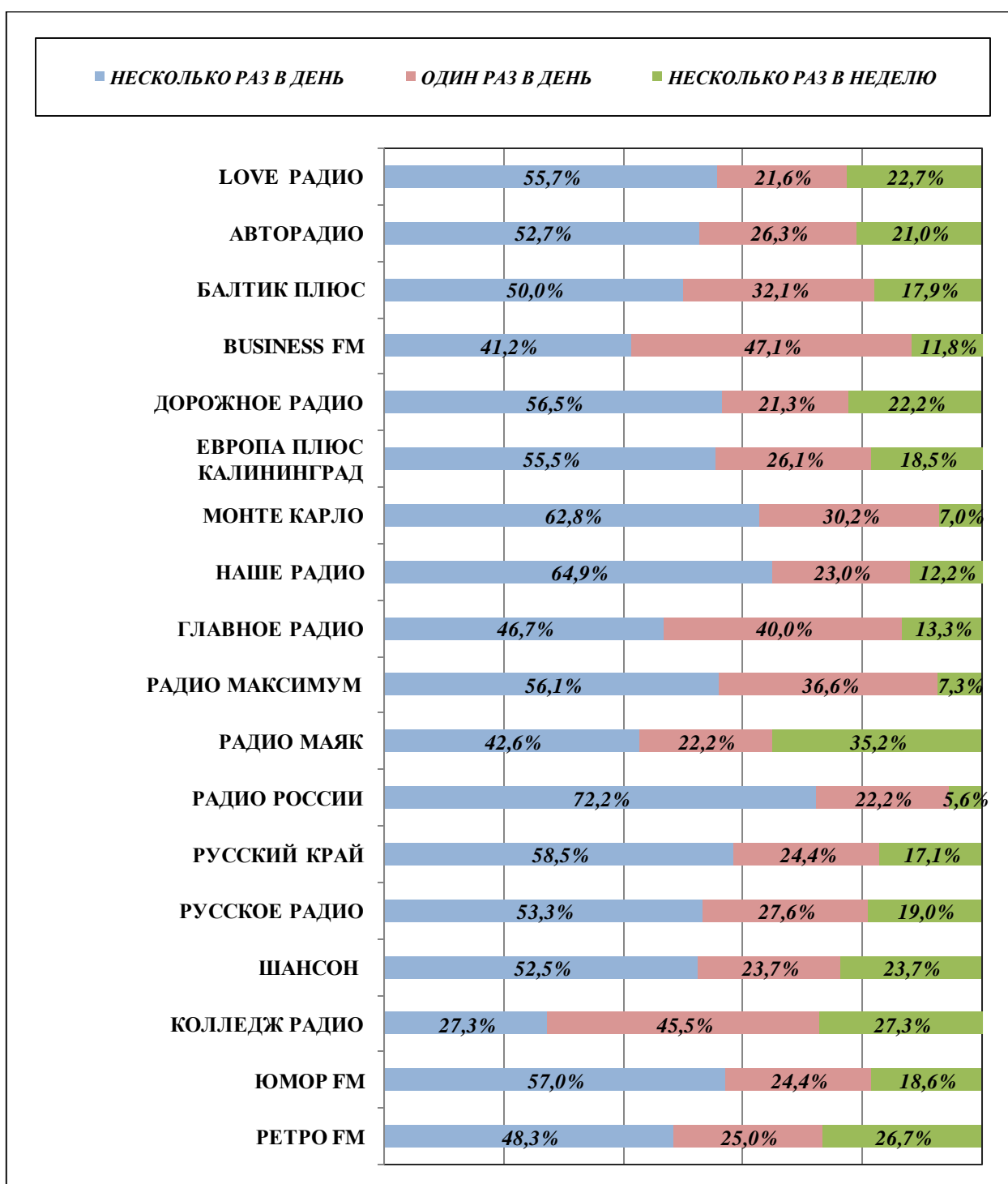


НА ГРАФИКЕ УКАЗАН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ ОТПРОШЕННЫХ

РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ

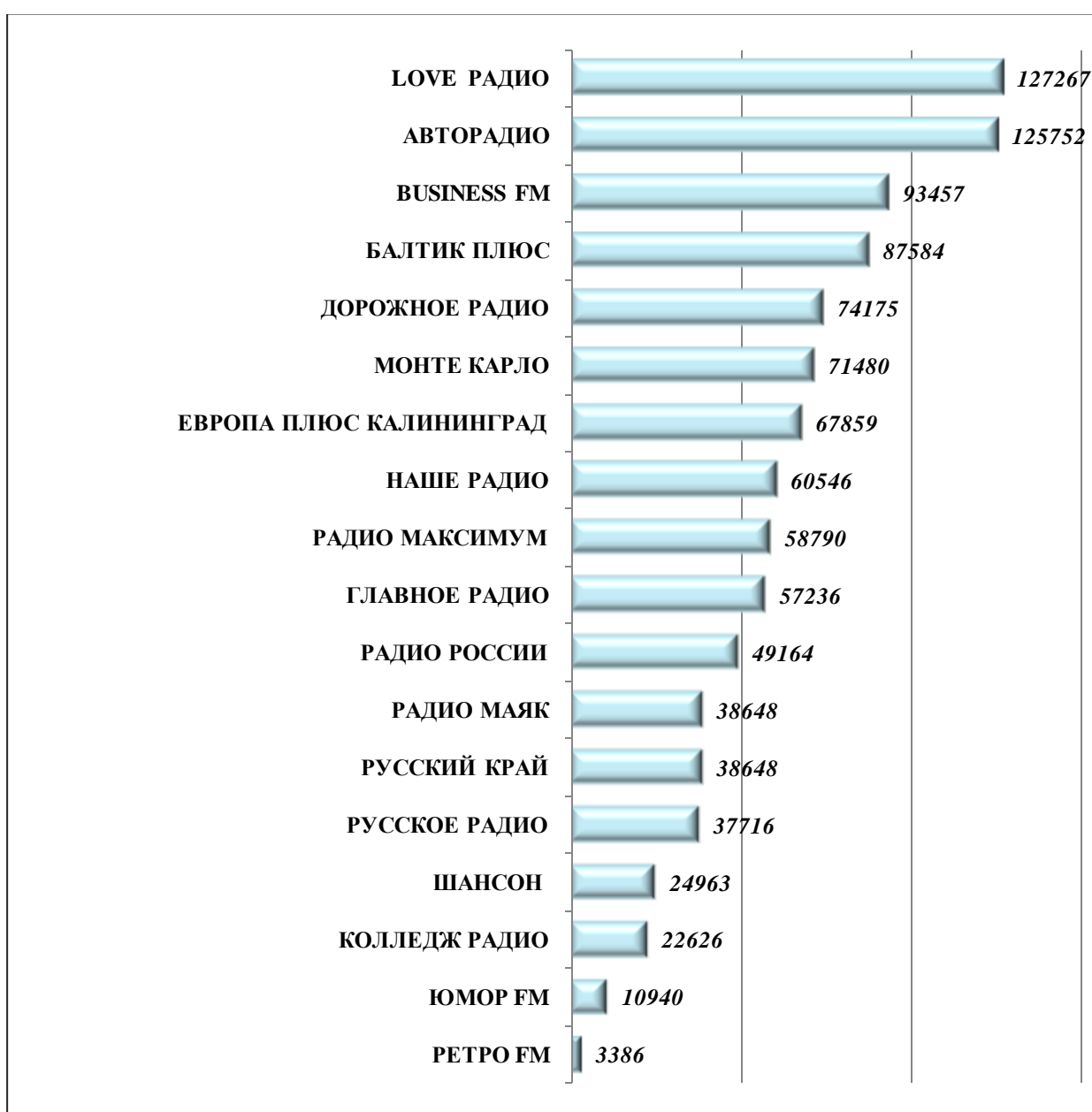
В ходе опроса респондентам было предложено выбрать то, как часто они слушают выбранные радиостанции. Исходя из этих данных, мы рассчитали среднесуточный объем аудитории каждой радиостанции. График 20.

ГРАФИК 19. ЧАСТОТА ПРОСЛУШИВАНИЯ РАДИОСТАНЦИЙ, %



На графике 20 мы рассматриваем среднесуточный объем аудиторий радиостанций. Таким образом, мы рассматриваем только тех респондентов, кто слушает радиостанции «несколько раз в день» и «один раз в день» (График 19). Данные приводятся исходя из общего объема аудитории каждой радиостанции.

ГРАФИК 20. ОБЪЕМ СРЕДНЕСУТОЧНОЙ АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ, ТЫС. ЧЕЛ.



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ

АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ, СОЦИАЛЬНО-ДЕОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

Рассмотрим аудитории радиостанций с точки зрения пола и возраста респондентов. Рассмотрим каждую группу респондентов отдельно. Данные представлены от 100% населения Калининграда.

ПОЛ РЕСПОНДЕНТА

ГРАФИК 21. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИЙ СРЕДИ МУЖЧИН

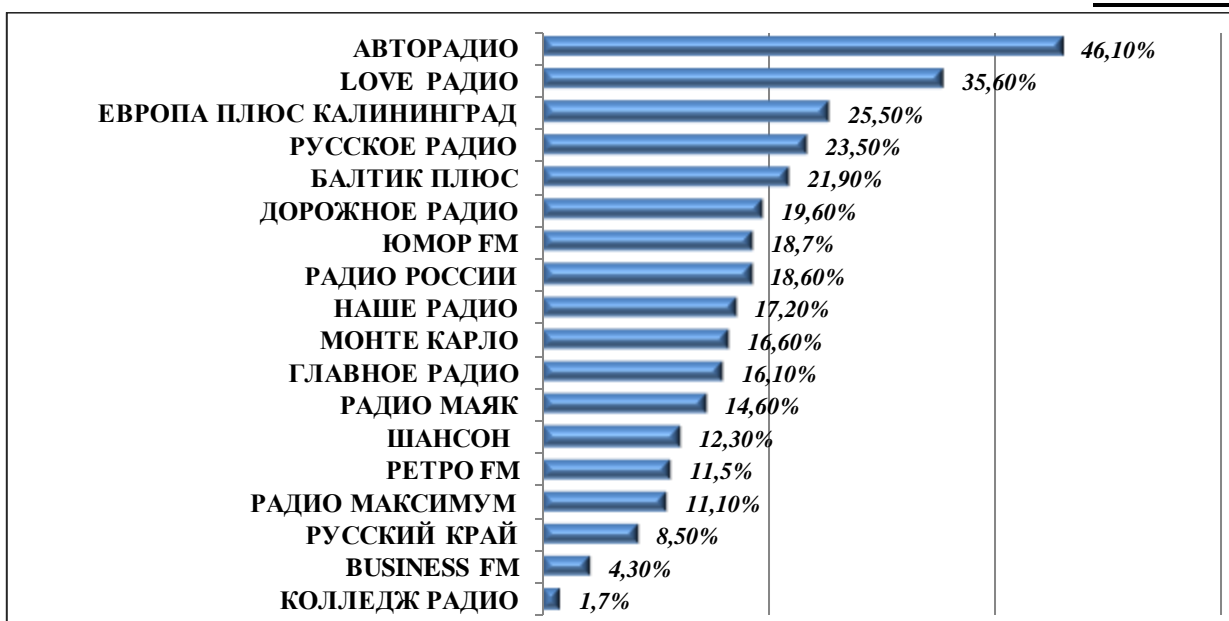
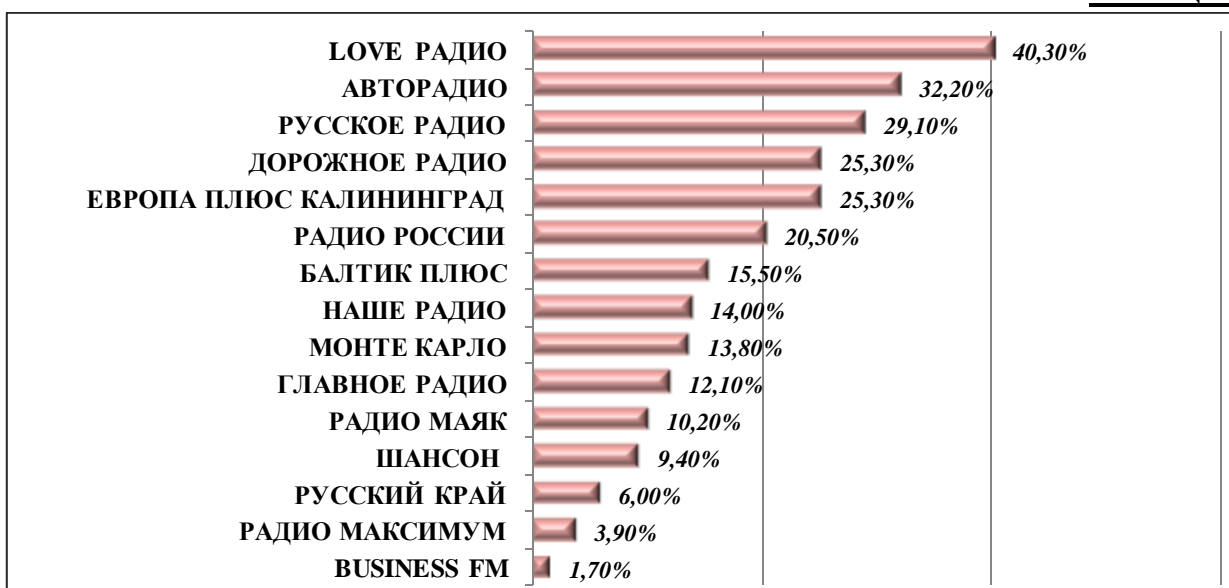


ГРАФИК 22. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИЙ СРЕДИ ЖЕНЩИН



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ

АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ, СОЦИАЛЬНО-ДЕОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

ВОЗРАСТ РЕСПОНДЕНТА

ГРАФИК 23. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ

16-26 ЛЕТ

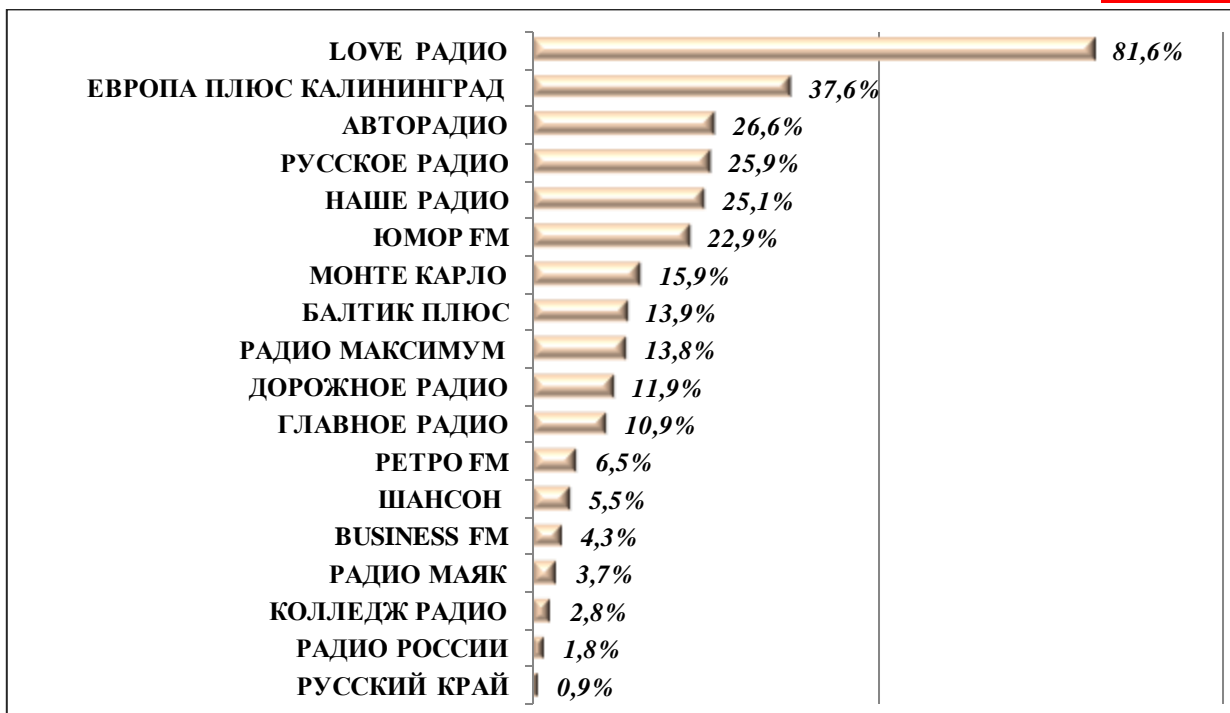
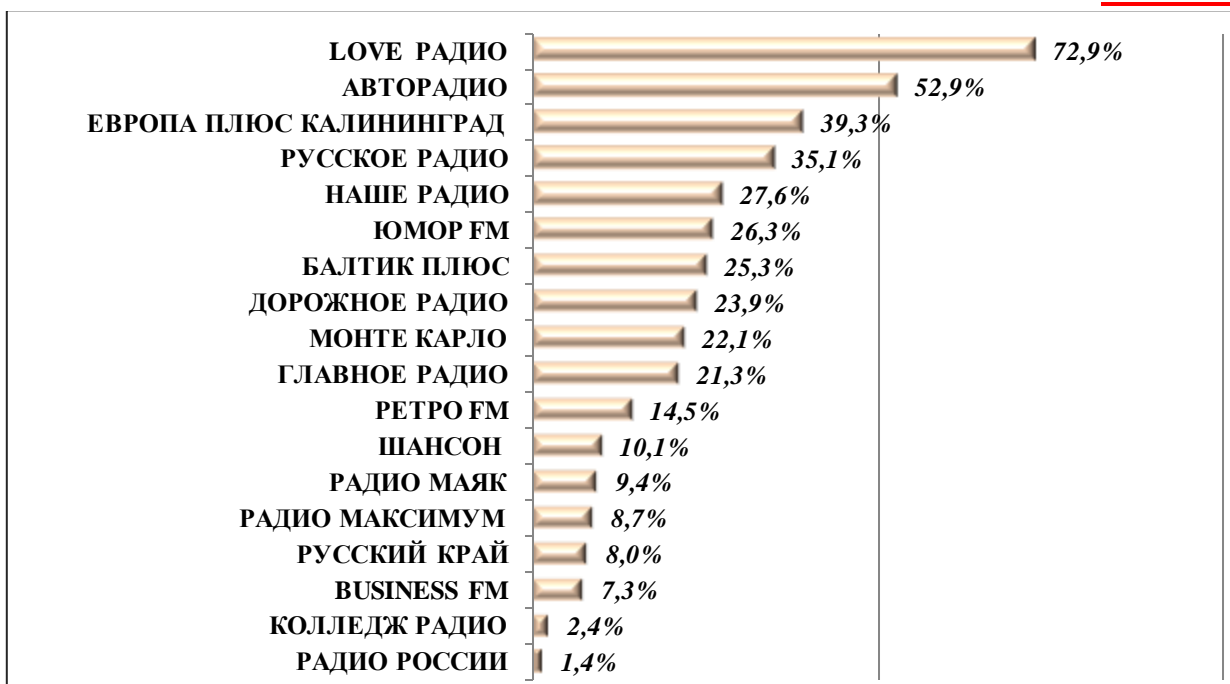


ГРАФИК 24. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ

27-38 ЛЕТ



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ

АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ, СОЦИАЛЬНО-ДЕОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

ГРАФИК 25. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ

39-46 ЛЕТ

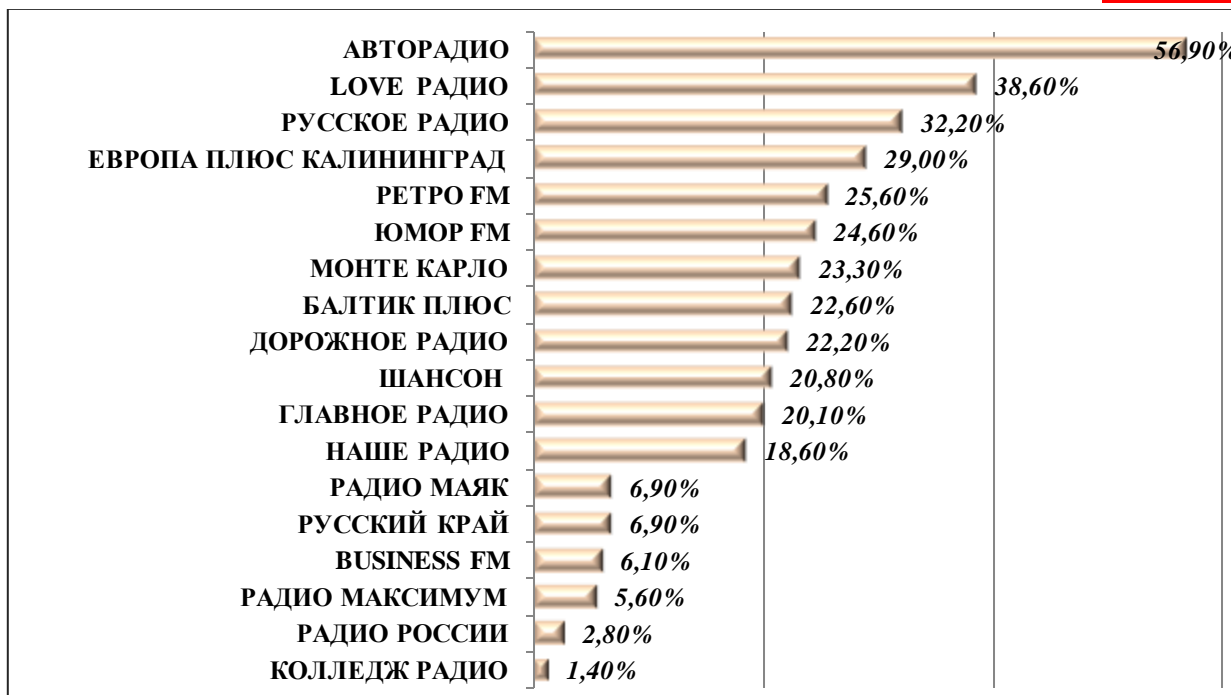
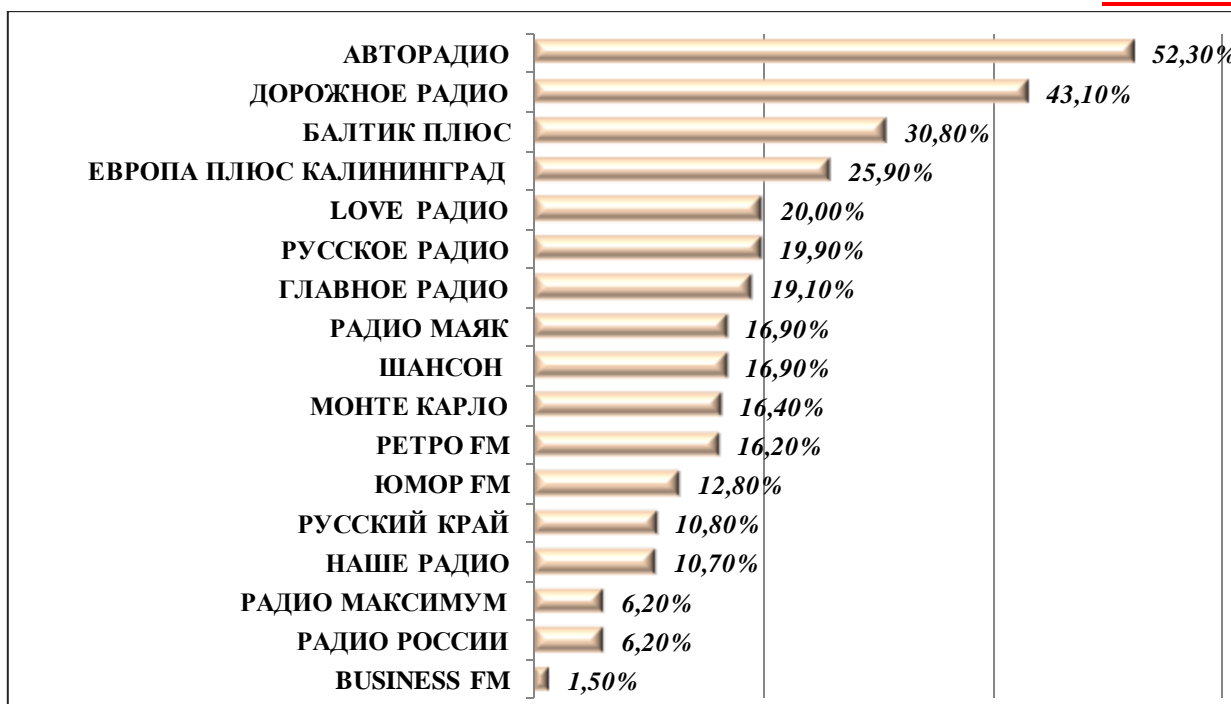


ГРАФИК 26. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ

47-55 ЛЕТ



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ

АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ, СОЦИАЛЬНО-ДЕОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

ГРАФИК 27. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ

56-65 ЛЕТ

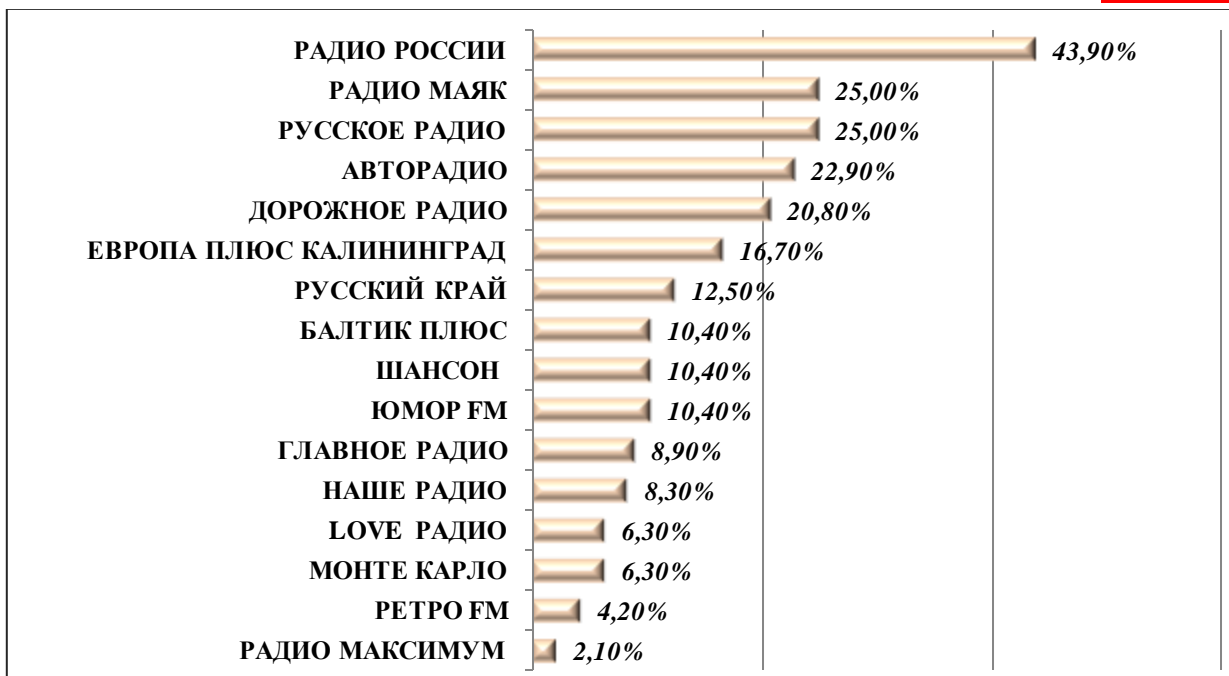
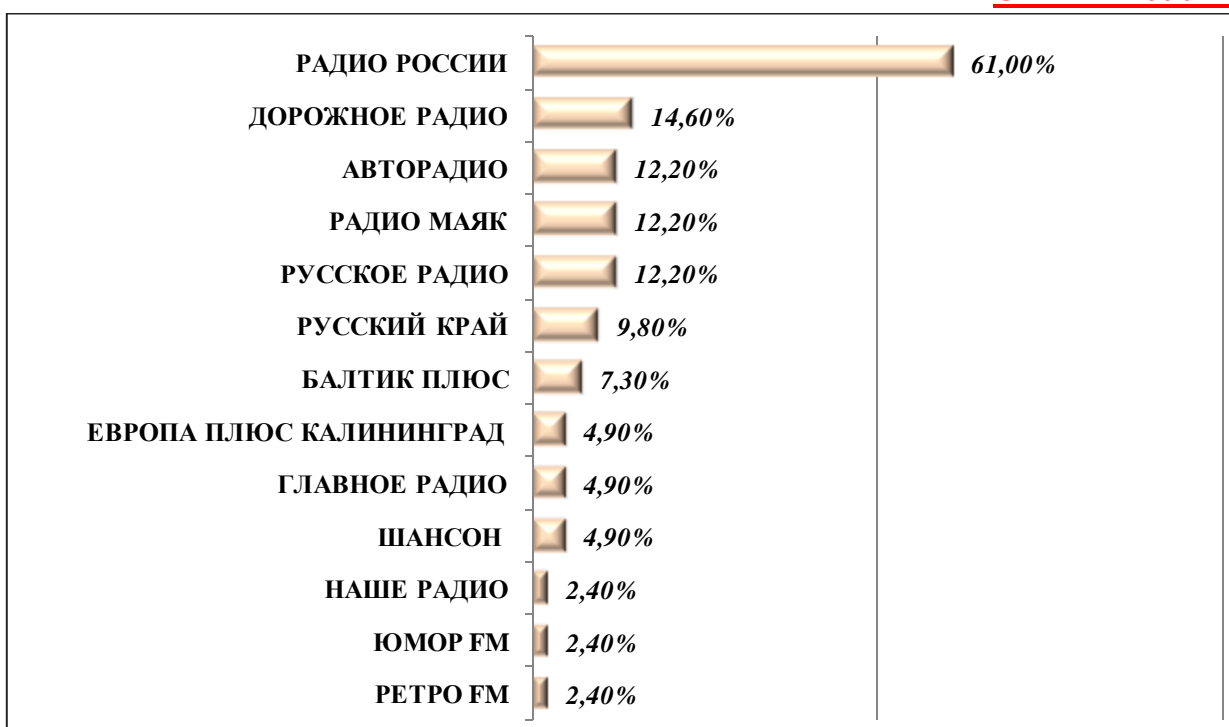


ГРАФИК 28. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ РЕСПОНДЕНТОВ

СТАРШЕ 66 ЛЕТ



РЕЙТИНГИ И АУДИТОРИИ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ – ГАЗЕТЫ, КАЛИНИНГРАДСКИЕ ЖУРНАЛЫ

В этом блоке мы рассматриваем аудитории газет и калининградских журналов. Вопросы мы задавали на основании карточек с перечнем всех изданий.

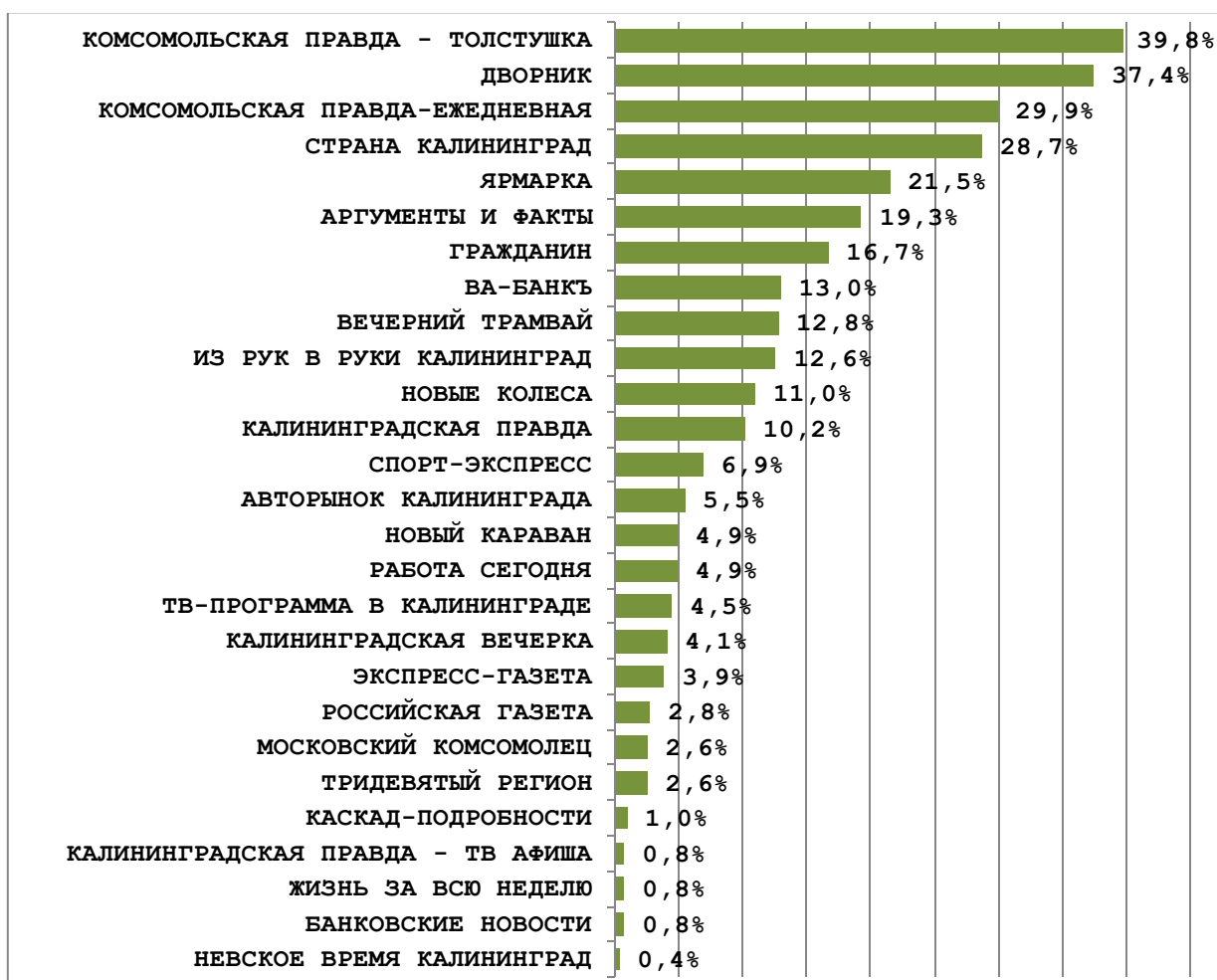
Вопросы блока:

1. Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных газет вы совершенно точно читали за последнюю неделю, как в виде периодических изданий, так и в интернете? Таким образом, для периодических изданий, выходящих несколько раз в неделю, приводится накопленная аудитория.

2. Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных журналов вы совершенно точно читали за последний месяц?

На графике 1 рассматривается недельная аудитория

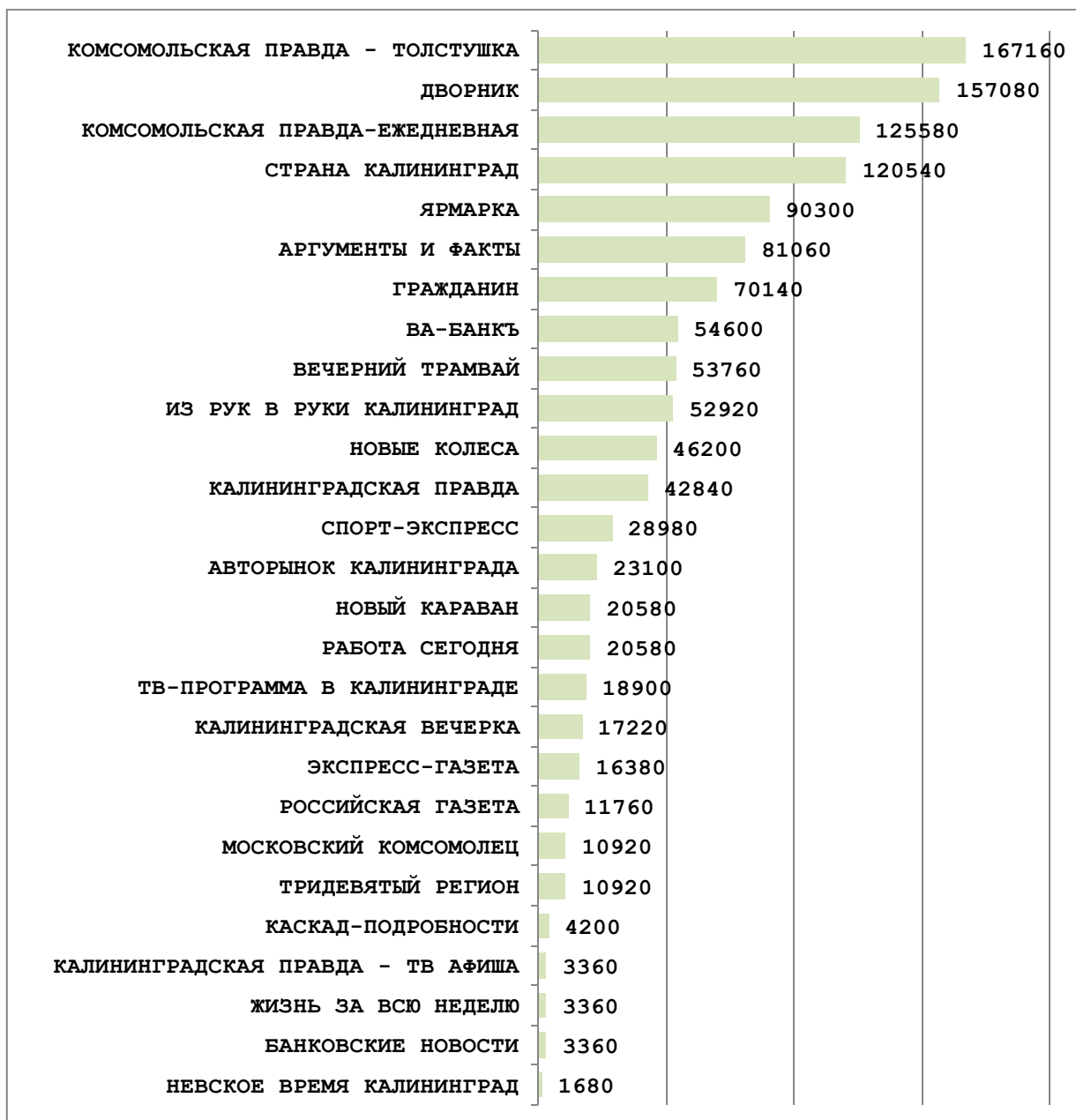
ГРАФИК 1. НЕДЕЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ГАЗЕТ (РЕЙТИНГ), %



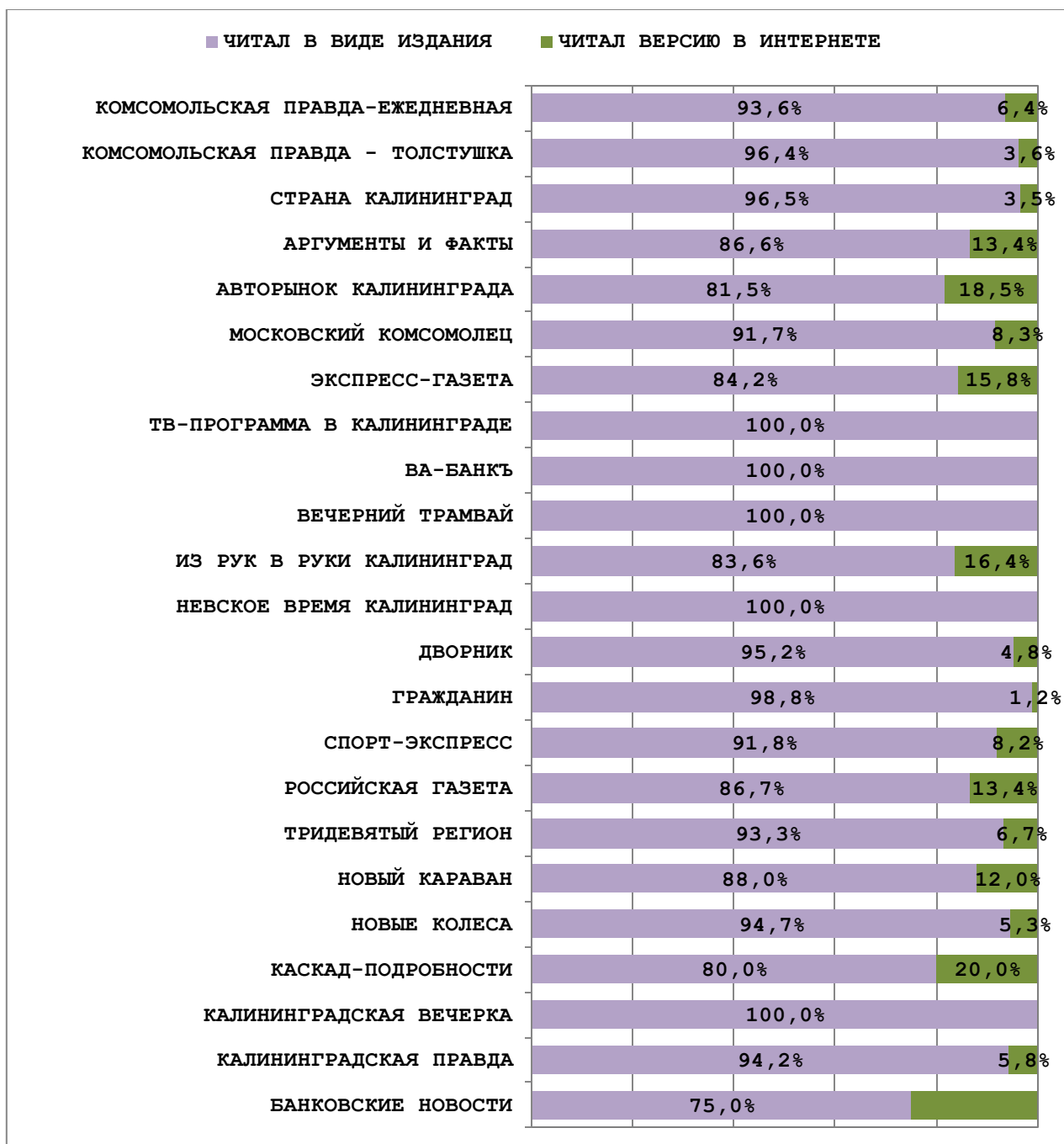
НА ГРАФИКЕ УКАЗАН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ ОТПРОШЕННЫХ

Ниже мы приводим объем недельной аудитории каждой газеты из расчета средней численности взрослого населения Калининграда (старше 16 лет) – 420000 человек.

ОБЪЕМ НЕДЕЛЬНОЙ АУДИТОРИИ ГАЗЕТЫ, ТЫС. ЧЕЛ.

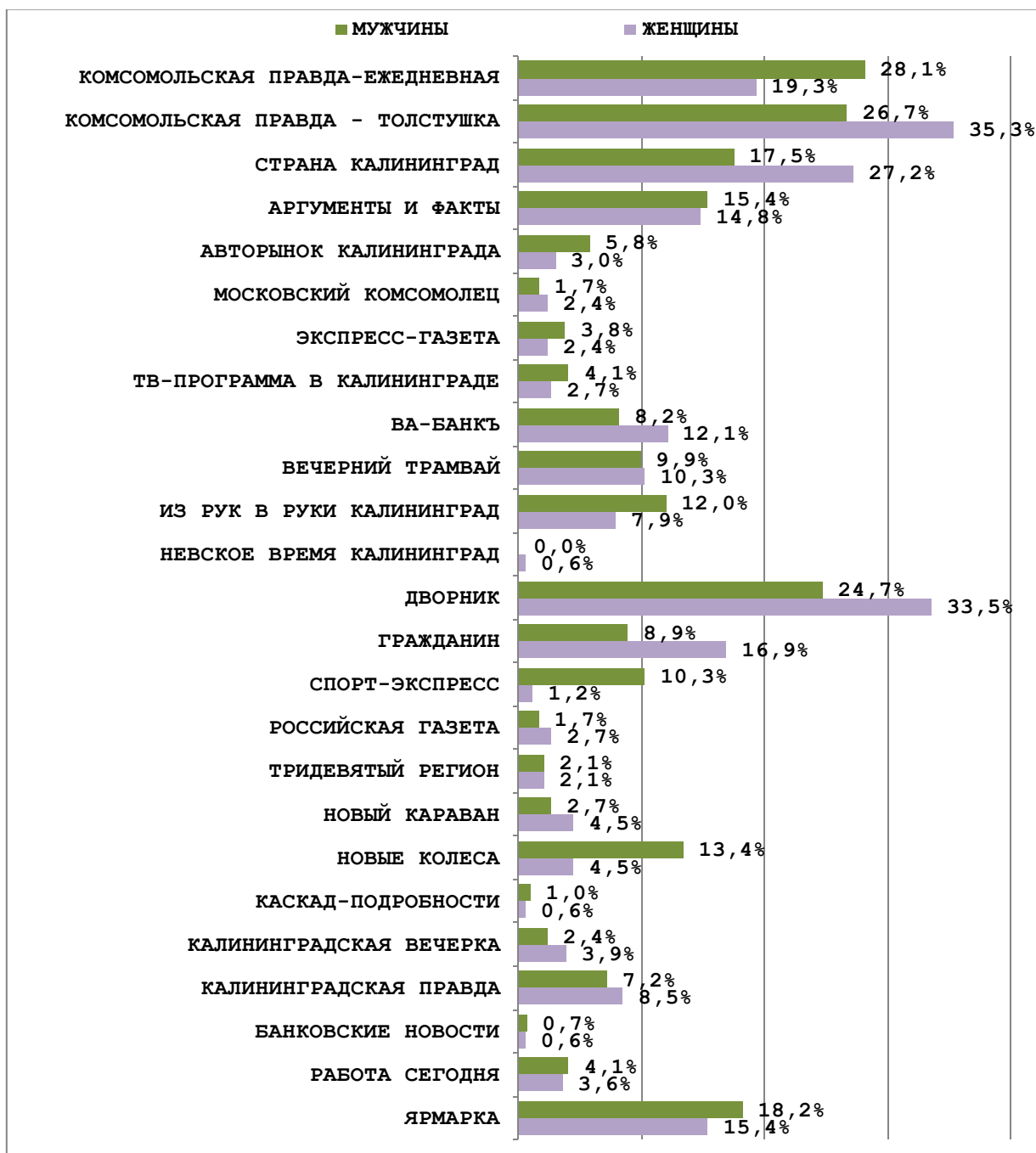


В ходе исследования мы задавали респондентам вопрос о том, какую версию (*печатную или электронную в Интернете*) издания читал респондент. Соотношение данных показано на графике, представленном ниже.



Рассмотрим аудитории газет с точки зрения пола и возраста респондентов. Рассмотрим каждую группу респондентов отдельно. Данные представлены от 100% населения Калининграда.

АНАЛИЗ АУДИТОРИИ ГАЗЕТ ПО ГЕНДЕРНЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ.

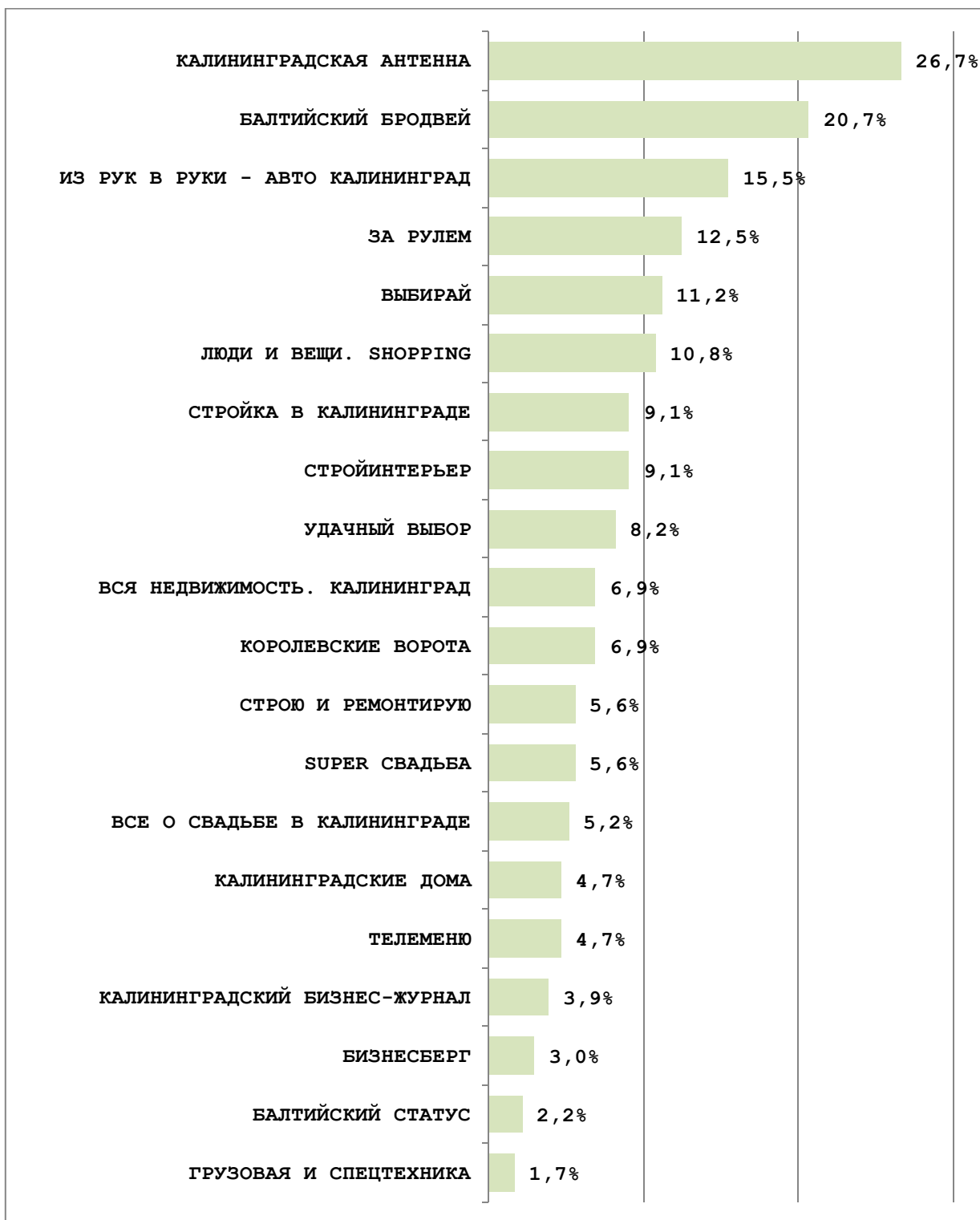


АУДИТОРИИ ГАЗЕТ, СОЦИАЛЬНО-ДЕОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ

АНАЛИЗ АУДИТОРИИ ГАЗЕТ В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП РЕСПОНДЕНТОВ ОТ 100% НАСЕЛЕНИЯ

ПЕРЕЧЕНЬ ГАЗЕТ	16-26 ЛЕТ	27-38 ЛЕТ	39-46 ЛЕТ	47-55 ЛЕТ	56-65 ЛЕТ	СТАРШЕ 66
КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА-ЕЖЕДНЕВНАЯ	11,5%	22,4%	26,2%	31,8%	31,5%	20,5%
КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА - ТОЛСТУШКА	18,0%	31,6%	37,9%	44,3%	29,3%	28,8%
СТРАНА КАЛИНИНГРАД	18,0%	21,1%	23,3%	27,3%	27,2%	19,2%
АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ	7,4%	11,2%	17,5%	20,5%	23,9%	15,1%
АВТОРЫНОК КАЛИНИНГРАДА	4,9%	5,9%	5,8%	3,4%	3,3%	0,0%
МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ	2,5%	2,0%	2,9%	3,4%	1,1%	0,0%
ЭКСПРЕСС-ГАЗЕТА	2,5%	3,0%	6,8%	3,4%	0,0%	1,4%
ТВ-ПРОГРАММА В КАЛИНИНГРАДЕ	5,7%	2,0%	4,9%	4,5%	1,1%	2,7%
ВА-БАНКЪ	7,4%	8,6%	10,7%	9,1%	13,0%	15,1%
ВЕЧЕРНИЙ ТРАМВАЙ	2,5%	5,3%	10,7%	10,2%	19,6%	17,8%
ИЗ РУК В РУКИ КАЛИНИНГРАД	13,9%	15,8%	11,7%	8,0%	1,1%	1,4%
НЕВСКОЕ ВРЕМЯ КАЛИНИНГРАД	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ДВОРНИК	13,9%	18,4%	36,9%	34,1%	39,1%	46,6%
ГРАЖДАНИН	6,6%	5,3%	14,6%	11,4%	20,7%	30,1%
СПОРТ-ЭКСПРЕСС	8,2%	5,3%	3,9%	11,4%	1,1%	1,4%
РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА	1,6%	2,0%	0,0%	0,0%	5,4%	5,5%
ТРИДЕВЯТЫЙ РЕГИОН	0,0%	2,0%	2,9%	2,3%	2,2%	4,1%
НОВЫЙ КАРАВАН	1,3%	3,3%	8,7%	4,5%	4,3%	0,0%
НОВЫЕ КОЛЕСА	7,4%	8,6%	14,6%	5,7%	8,7%	5,5%
КАСКАД-ПОДРОБНОСТИ	0,8%	0,7%	1,0%	1,1%	0,0%	4,1%
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ВЕЧЕРКА	1,6%	1,3%	8,7%	1,1%	3,3%	4,1%
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ПРАВДА	7,4%	3,3%	13,6%	5,7%	8,7%	12,3%
БАНКОВСКИЕ НОВОСТИ	1,6%	0,7%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%
РАБОТА СЕГОДНЯ	4,1%	6,6%	5,8%	2,3%	0,0%	1,4%
ЯРМАРКА	27,7%	22,4%	24,3%	11,4%	1,1%	1,4%

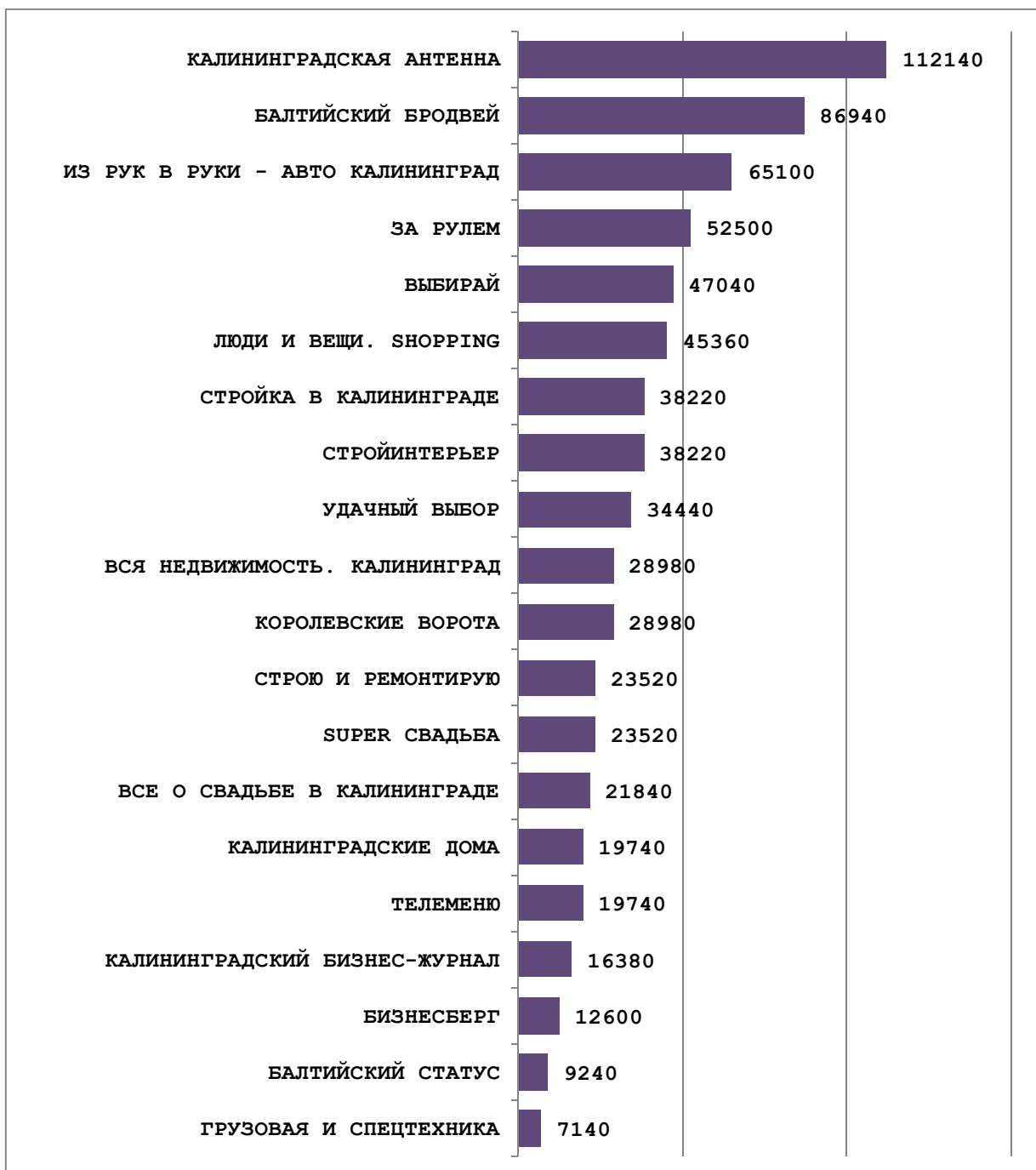
РЕЙТИНГ КАЛИНИНГРАДСКИХ ЖУРНАЛОВ, %



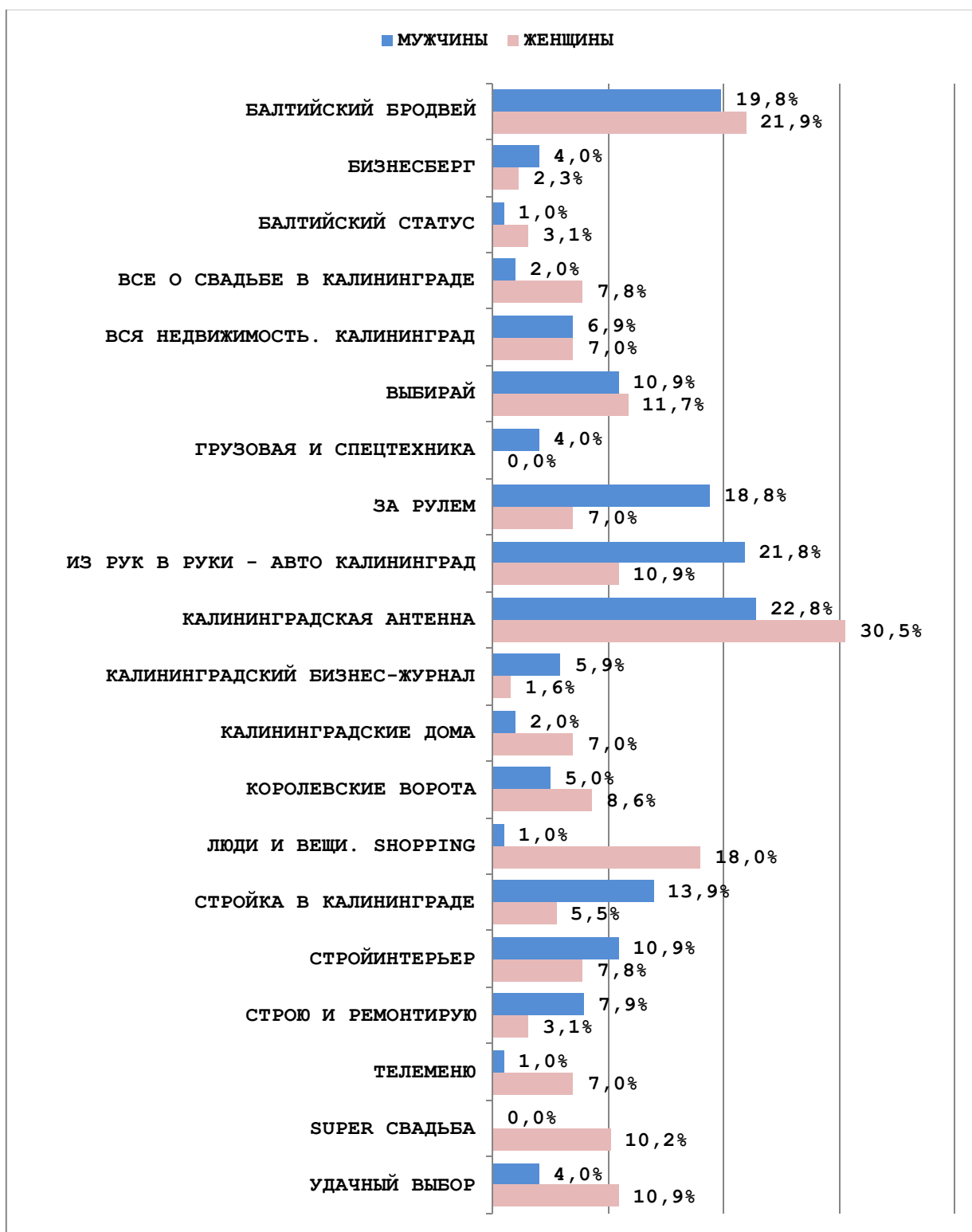
НА ГРАФИКЕ УКАЗАН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ ОТПРОШЕННЫХ

Ниже мы приводим месячный объем аудитории каждого журнала из расчета средней численности взрослого населения Калининграда (старше 16 лет) – 420000 человек.

СРЕДНЯЯ ЧИСЛЕННОСТЬ АУДИТОРИЙ КАЛИНИНГРАДСКИХ ЖУРНАЛОВ, %



**ГРАФИК 7. АНАЛИЗ АУДИТОРИИ КАЛИНИНГРАДСКИХ ЖУРНАЛОВ ПО
ГЕНДЕРНЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ, %**



**АНАЛИЗ АУДИТОРИИ КАЛИНИНГРАДСКИХ ЖУРНАЛОВ В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТНЫХ
ГРУПП РЕСПОНДЕНТОВ ОТ 100% НАСЕЛЕНИЯ**

ПЕРЕЧЕНЬ ГАЗЕТ	16-26 лет	27-38 лет	39-46 лет	47-55 лет	56-65 лет	старше 66
БАЛТИЙСКИЙ БРОДВЕЙ	36,1%	23,2%	9,1%	17,1%	0,0%	0,0%
БИЗНЕСБЕРГ	1,6%	2,9%	4,5%	5,7%	0,0%	0,0%
БАЛТИЙСКИЙ СТАТУС	0,0%	2,9%	2,3%	5,7%	0,0%	0,0%
ВСЕ О СВАДЬБЕ В КАЛИНИНГРАДЕ	6,6%	5,8%	4,5%	5,7%	0,0%	0,0%
ВСЯ НЕДВИЖИМОСТЬ. КАЛИНИНГРАД	1,6%	4,3%	9,1%	20,0%	7,1%	0,0%
ВЫБИРАЙ	18,0%	10,1%	11,4%	2,9%	7,1%	0,0%
ГРУЗОВАЯ И СПЕЦТЕХНИКА	0,0%	2,9%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%
ЗА РУЛЕМ	5,2%	14,5%	15,9%	14,3%	7,1%	12,5%
ИЗ РУК В РУКИ - АВТО КАЛИНИНГРАД	19,7%	14,5%	20,5%	8,6%	7,5%	12,0%
КАЛИНИНГРАДСКАЯ АНТЕННА	23,0%	26,1%	27,3%	28,6%	35,7%	37,5%
КАЛИНИНГРАДСКИЙ БИЗНЕС-ЖУРНАЛ	0,0%	2,9%	6,8%	8,6%	7,1%	0,0%
КАЛИНИНГРАДСКИЕ ДОМА	3,3%	4,3%	0,0%	17,1%	0,0%	0,0%
КОРОЛЕВСКИЕ ВОРОТА	6,6%	7,2%	4,5%	8,6%	14,3%	0,0%
ЛЮДИ И ВЕЩИ. SHOPPING	13,1%	10,1%	13,6%	11,4%	0,0%	0,0%
СТРОЙКА В КАЛИНИНГРАДЕ	3,3%	14,5%	11,4%	2,9%	7,1%	25,0%
СТРОЙИНТЕРЬЕР	4,9%	11,6%	13,6%	8,6%	7,1%	0,0%
СТРОЮ И РЕМОНТИРУЮ	3,3%	8,7%	9,1%	0,0%	7,1%	0,0%
ТЕЛЕМЕНЮ	8,2%	1,4%	2,3%	8,6%	7,1%	0,0%
SUPER СВАДЬБА	9,8%	5,8%	0,0%	8,6%	0,0%	0,0%
УДАЧНЫЙ ВЫБОР	11,5%	5,8%	6,8%	5,7%	14,3%	12,5%