

National Readership Survey



Отчет по АУДИТОРИИ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ И ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ города Стаханова

Подготовлено TNS Ukraine

УКРАИНА 2008 год



iel™, TNS 2006



ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ NRS+ 2008/2



the sixth sense of business™

Генеральная совокупность:

население 20 городов Украины от 12 до 65 лет

Выборочная совокупность:

250 респондентов в каждом городе

Метод исследования:

интервью «лицом к лицу» по медиа предпочтениям;

Контроль:

После проведения опроса осуществляется 20% контроль качества работы интервьюеров.

Контролируется не только посещение интервьюером респондентов, но и полнота заполнения анкеты.

Сроки проведения исследования NRS+ 2008/2:

Полевые работы: 12 июня – 31 июня

Ввод данных: 1 июля – 31 июля

Обработка данных: 1 августа – 31 августа

ПОЯСНЕНИЕ НЕКОТОРЫХ ТЕРМИНОВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ



the sixth sense of business™

Полугодовая аудитория издания – количество человек, читавших или просматривавших издание хотя бы раз за последние полгода

Аудитория Интернет-сайта – количество человек, просматривавших Интернет-сайт хотя бы раз за последние 3 месяца

wTotal

аудитория издания за полгода в тысячах человек
(аудитория Интернет-сайта за 3 месяца в тысячах человек)

wSample

количество человек в выборке

Col%Weighted

полугодовой охват издания в %
(охват Интернет-сайта за 3 месяца в %)

Аудитория одного номера – усредненное количество читателей одного номера издания

Cover

охват издания в тысячах человек

Cvr.%

охват издания в %

Unprj.Cvr.

количество человек в выборке

Финансовый статус

выводы о финансовом статусе семьи делаются на основании ответов респондентов о том, какая часть семейного бюджета уходит на продукты питания. Принимается за основу, что «высокообеспеченные» люди тратят на еду до 25% дохода, «обеспеченные» – 25 – 50%, люди «среднего достатка» – 50 – 75%, у «малоимущих» на покупку продуктов питания уходит более 75% дохода.

Вопросы по семейному положению, наличию детей в семье, доходу и финансовому статусу задаются только респондентам, которые достигли 16-ти летнего возраста.

wAffinity (индекс)

отношение доли потребителей в рассматриваемой группе (колонка Col% Weighted) к доле потребителей этого продукта (услуги) во всем населении (колонка Col% Weighted по Total).

Например, значение индекса для мужчин-потребителей продукта «X» составляет 100.

Это

значение получили следующим образом: $84,2\% : 83,9\% * 100 = 100$

Среднее значение индекса = 100

Значение индекса >100 означает, что в данной группе уровень потребления определенного продукта выше, чем среди населения в целом.

Значение индекса <100 означает, что в данной группе уровень потребления определенного продукта ниже, чем среди населения в целом.

Рекомендуем рассматривать значение индекса, для определения отклонения от показателя населения в целом, на уровне 110 и выше, 90 и ниже соответственно.

Население города Стаханова

Пол

Возраст

Образование

Семейное положение

Финансовый статус

Род деятельности

Наличие автомобиля

Покупка товаров

Пользование услугами

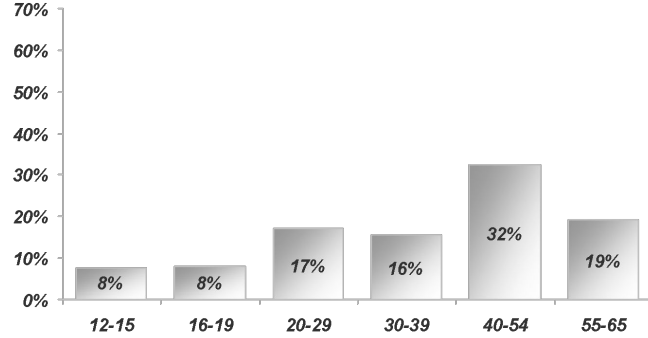
СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА СТАХАНОВА



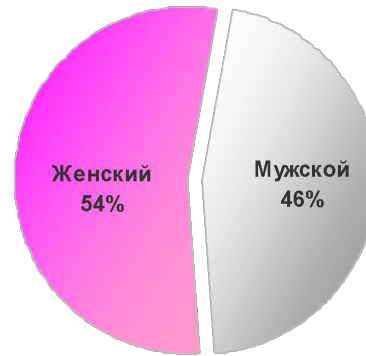
База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250

В СТАХАНОВЕ ПРОЖИВАЕТ 81958 ЧЕЛОВЕК,
В ВОЗРАСТЕ ОТ 12 ДО 65 ЛЕТ.

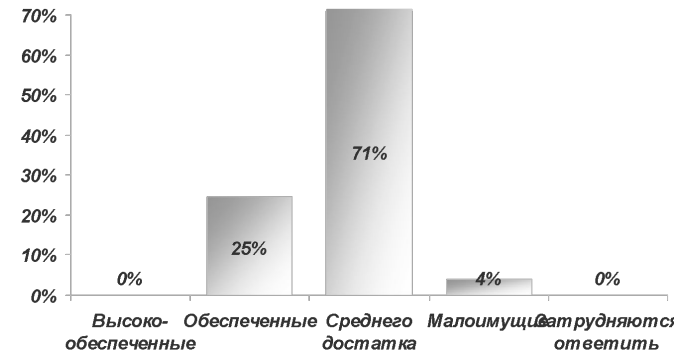
ВОЗРАСТ



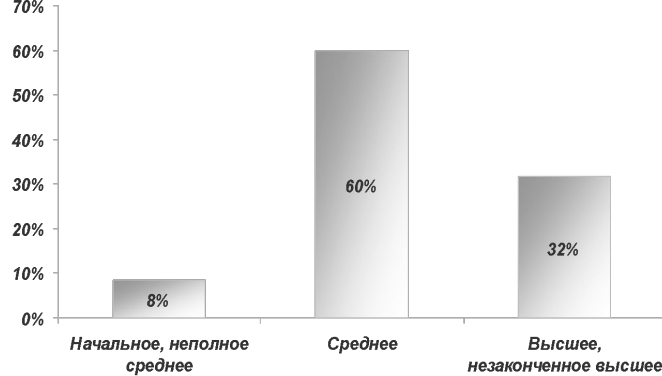
ПОЛ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС*



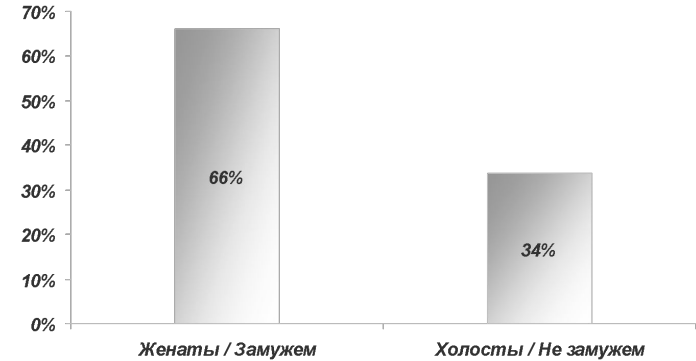
ОБРАЗОВАНИЕ



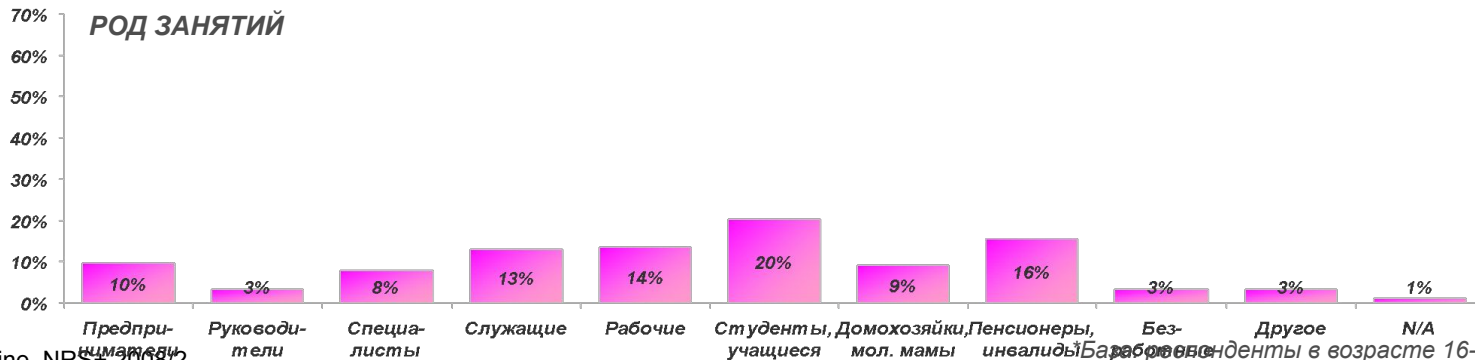
На этом слайде и далее:
База – целевая группа от которой рассматривается показатель, название которого указано в заголовке слайда;

n – количество человек в выборке, соответствующее целевой группе

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ*



РОД ЗАНЯТИЙ

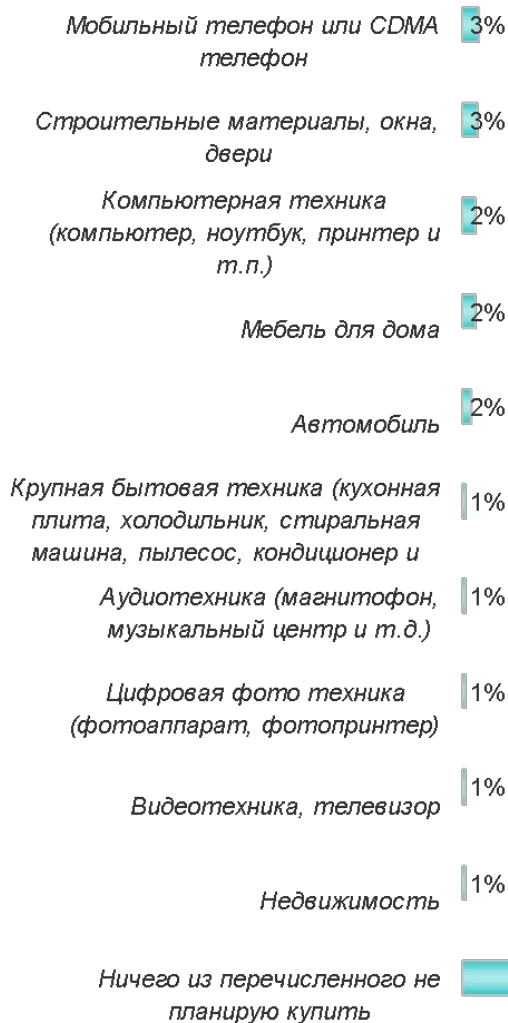


ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ПРОФИЛЬ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА СТАХАНОВА



База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250

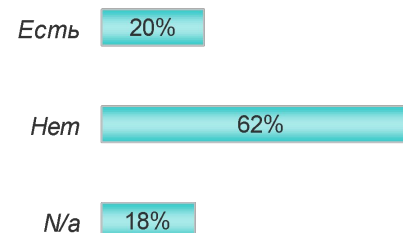
ПЛАНИРОВАНИЕ ПОКУПКИ ТОВАРОВ



ПЛАНИРОВАНИЕ ПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛУГАМИ



НАЛИЧИЕ АВТОМОБИЛЯ В СЕМЬЕ



Объемы аудиторий ежедневных изданий

Полугодовая аудитория

Аудитория одного номера

Регулярная аудитория

Первичная аудитория

Вторичная аудитория

Количество читаемых изданий

СПИСОК ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ NRS+ 2008/2 СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

1. *Вечерние вести*
2. *Газета 24*
3. *Дело*
4. *День*
5. *Экспрес*
6. *Жизнь*
7. *Киевские ведомости*
8. *Команда*
9. *Коммерсантъ*
10. *Комсомольская правда*
11. *15 минут*
12. *Сегодня*
13. *Факты / Факты и комментарии*
14. *Экономические известия*

ЧТЕНИЕ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ NRS 2008/2 СТАХАНОВ

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250



the sixth sense of business™



*читали ежедневные издания за полгода из общего списка в исследовании

Пример: из всех респондентов, проживающих в Стаханове, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали ежедневное издание составила 16%.

КОЛИЧЕСТВО ЧИТАЕМЫХ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250

<i>Количество изданий</i>	<i>wTotal (тыс.)</i>	<i>Col%Weighted</i>
0	68,84	84,0
1 издания	0,66	0,8
2 издания	10,82	13,2
3 издания	0,33	0,4
4 издания	1,31	1,6
5 изданий	0,00	0,0
6 изданий	0,00	0,0
7 изданий	0,00	0,0
8 и более изданий	0,00	0,0



0 - не читали ни одно ежемесячное издание за полгода из списка ежедневных изданий

Пример: из всех респондентов, проживающих в Стаханове, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали только одно ежедневное издание составила 0,8%.

ПРОФИЛЬ: ЧИТАТЕЛЕЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ



the sixth sense of business™

База: читатели ежедневных изданий,
n=40

	Column %	Affinity Index		Column %	Affinity Index		
Пол/Возраст	Муж./12-24	8%	54	Наличие автомобиля	Да	33%	163
	Муж./25-44	30%	208		Нет	45%	73
	Муж./45-65	28%	156		N/A	23%	
	Жен./12-24	10%	66	Планируемые покупки	Крупная бытовая техника	5%	625
	Жен./25-44	8%	45		Аудиотехника	0%	0
	Жен./45-65	18%	80		Цифровая фото техника	0%	0
Высокообеспеченные	0%	0	Видеотехника, телевизор		0%	0	
Обеспеченные	33%	132	Компьютерная техника		10%	417	
Среднего достатка	65%	91	Мебель для дома	8%	313		
Малоимущие	3%	64	Строительные материалы, окна, двери	8%	268		
N/A	0%		Автомобиль	5%	313		
Финансовый* статус	Начальное, неп. среднее	0%	0	Недвижимость	0%	0	
	Среднее	63%	104	Мобильный телефон или CDMA телефон	0%	0	
	Высшее, незак. высшее	38%	119	Ничего из перечисленного	50%	69	
Образование	Работают	58%	113	Планирование пользования услугами	Банков	40%	133
	Не работают	43%	86		Туристических компаний	0%	0
Занятость	Женаты / Замужем	73%	109		Страховых компаний	5%	89
	Холосты / Не замужем	28%	81	Фитнесс-центров, спортклубов	3%	625	
Семейное положение*	Предприниматели	15%	156	Не планирую начать пользоваться	40%	83	
	Руководители	5%	156	Не планирую продолжать пользоваться	38%	75	
Социальный статус	Специалисты	3%	31				
	Служащие	13%	98				
	Рабочие	15%	110				
	Студенты, учащиеся	10%	49				
	Домохозяйки, мол. мамы	3%	27				
	Пенсионеры, инвал.	23%	144				
	Безработные	3%	78				
	Другое	8%					
	N/A	5%					

* Вопросы о семейном положении и финансовом статусе задаются респондентам в возрасте 16-65 лет

ОБЪЕМЫ АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250

№		Аудитория за полгода			Аудитория одного номера		
		Weighted Sample	Col% Weighted	Weighted Total	Unprojected Cover	Cover %	Cover
1	Факты / Факты и комментарии	28	11,2	9,20	18	7,4	6,00
2	Комсомольская правда	9	3,6	3,00	5	2,2	1,80
3	Вечерние вести	31	12,4	10,20	3	1,1	0,90
4	Сегодня	2	0,8	0,70	2	0,8	0,70
5	Экспрес	1	0,4	0,30	1	0,3	0,20
6	Команда	1	0,4	0,30	1	0,3	0,20
7	Коммерсантъ	2	0,8	0,70	1	0,4	0,30
8	15 минут	7	2,8	2,30	0	0,0	0,00
9	Газета 24	4	1,6	1,30	0	0,0	0,00
10	Дело	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
11	День	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
12	Жизнь	1	0,4	0,30	0	0,0	0,00
13	Киевские ведомости	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
14	Экономические известия	1	0,4	0,30	0	0,0	0,00
	Сумма	87	34,8	28,60	31	12,5	10,10
	Средняя	6	2,5	2,04	2	0,9	0,72

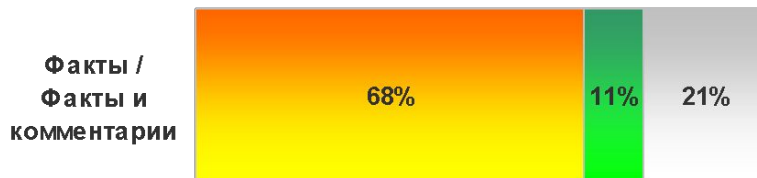
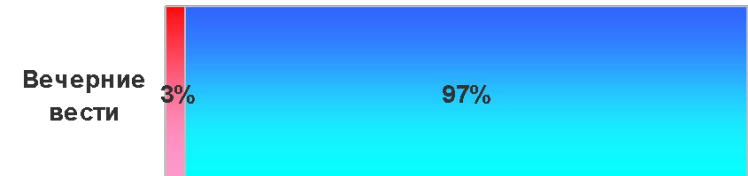
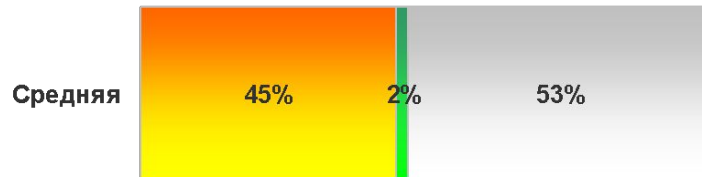
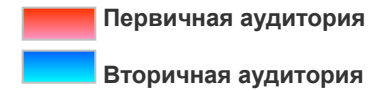
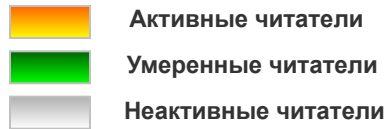
Полугодовая аудитория – количество человек, читавших или просматривавших издание хотя бы раз за полгода.

Аудитория одного номера – усредненное количество читателей одного номера издания.

Вопрос: Какие из перечисленных ниже изданий, Вы хотя бы один раз читали или просматривали за последние полгода?
Не имеет значения, где, а также чей это был экземпляр?

ЧАСТОТА ЧТЕНИЯ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ

База: аудитория за полгода каждого издания отдельно



Активные - читают каждый номер издания, почти каждый номер.

Умеренные - читают половину и меньше половины номеров.

Неактивные - еще реже и затруднившиеся ответить.

Вопрос: Как часто за последние полгода, Вы обычно читали издание «Х»?

Первичная аудитория - читатели, которые подписываются или лично покупают издание.

Вторичная аудитория - читатели, которые берут издание почитать на работе, у членов семьи и знакомых, бесплатно, в Интернет.

Социально-демографическая структура аудиторий ежедневных изданий



Полугодовая аудитория изданий: Комсомольская правда, 15 минут, Газета 24, Коммерсантъ, Сегодня, Команда, Жизнь, Экспрес, Экономические известия, Дело, День, Киевские ведомости – СТАТИСТИЧЕСКИ НЕДОСТАТОЧНАЯ НАПОЛНЯЕМОСТЬ
(дальнейший анализ проведен за исключением вышеперечисленных изданий)

СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ

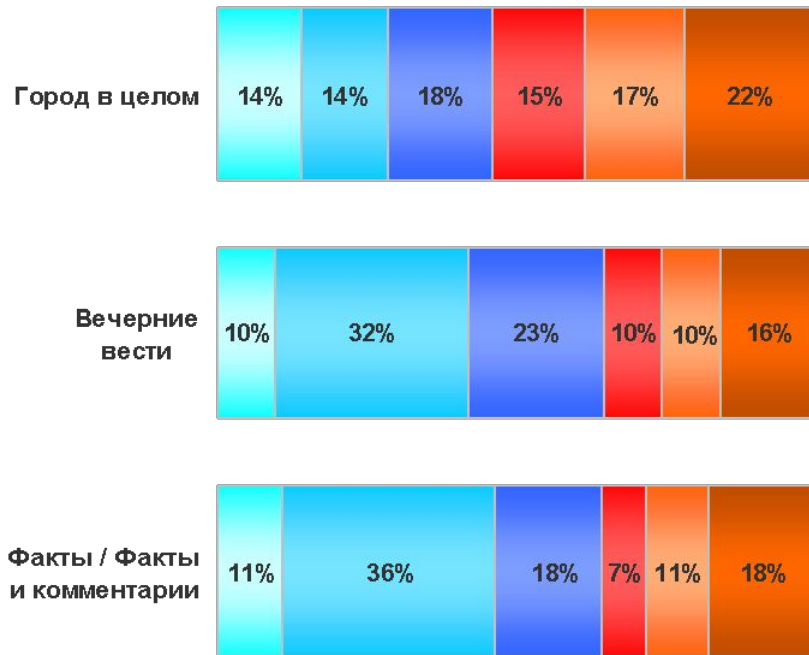
База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет



the sixth sense of business™

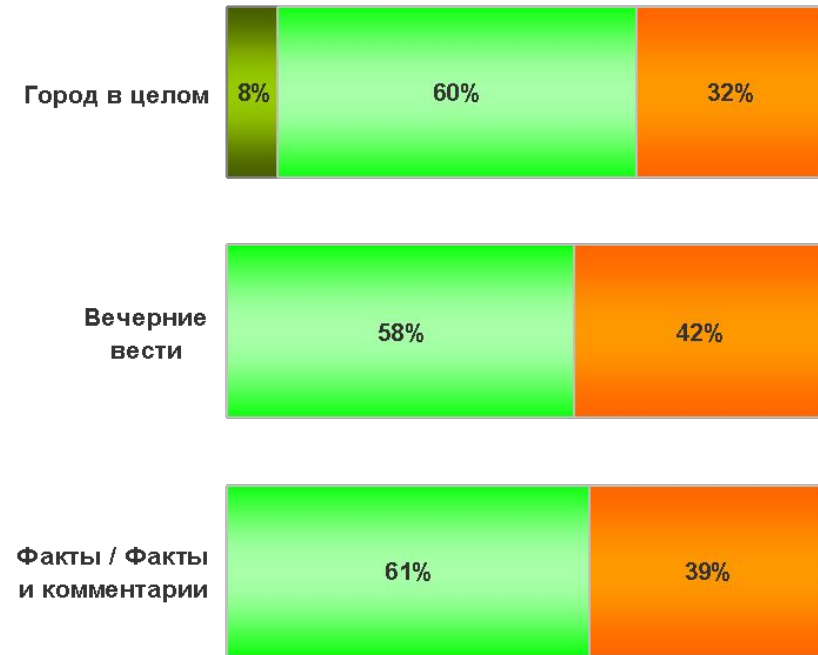
ПОЛ/ВОЗРАСТ

- Муж./12-24
- Муж./25-44
- Муж./45-65
- Жен./12-24
- Жен./25-44
- Жен./45-65



ОБРАЗОВАНИЕ

- Начальное, неполное среднее
- Среднее
- Высшее, незаконченное высшее



СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет

ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС*

- Высокообеспеченные
- Обеспеченные
- Среднего достатка
- Малоимущие
- N/A

Город в целом



Вечерние
вести



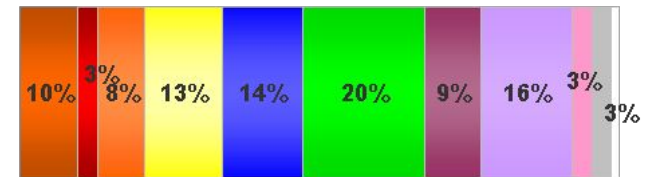
Факты / Факты
и комментарии



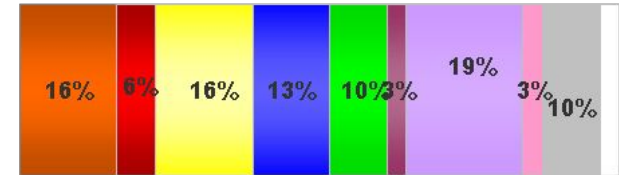
СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

- Предприниматели
- Специалисты
- Рабочие
- Домохозяйки/мол. мамы
- Безработные
- N/A
- Руководители
- Служащие
- Студенты/учащиеся
- Пенсионеры/инвалиды
- Другое

Город в целом



Вечерние
вести



Факты / Факты
и комментарии



*- База: респонденты в возрасте 16-65 лет

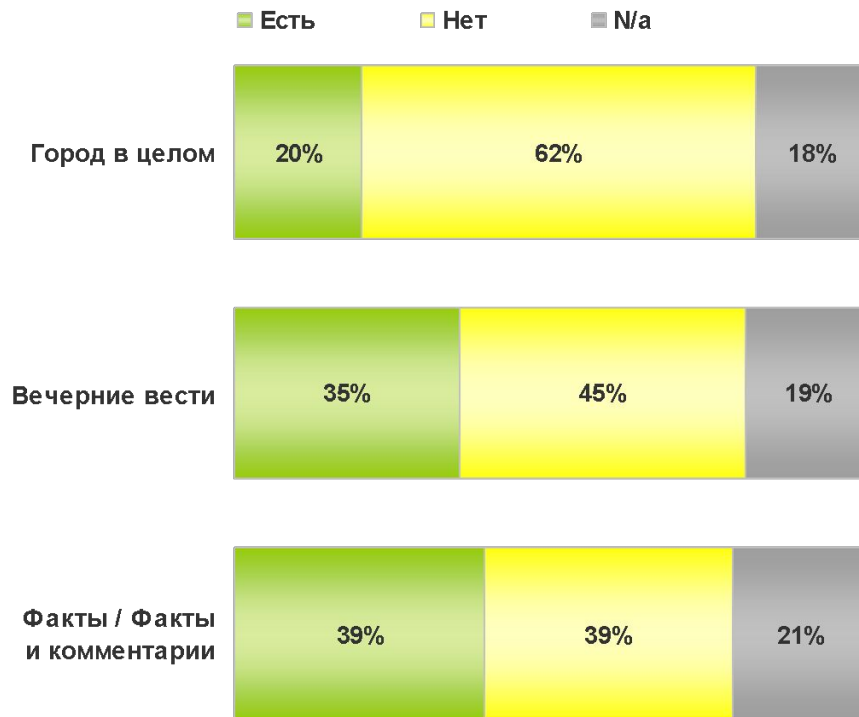
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет



the sixth sense of business™

НАЛИЧИЕ АВТОМОБИЛЯ

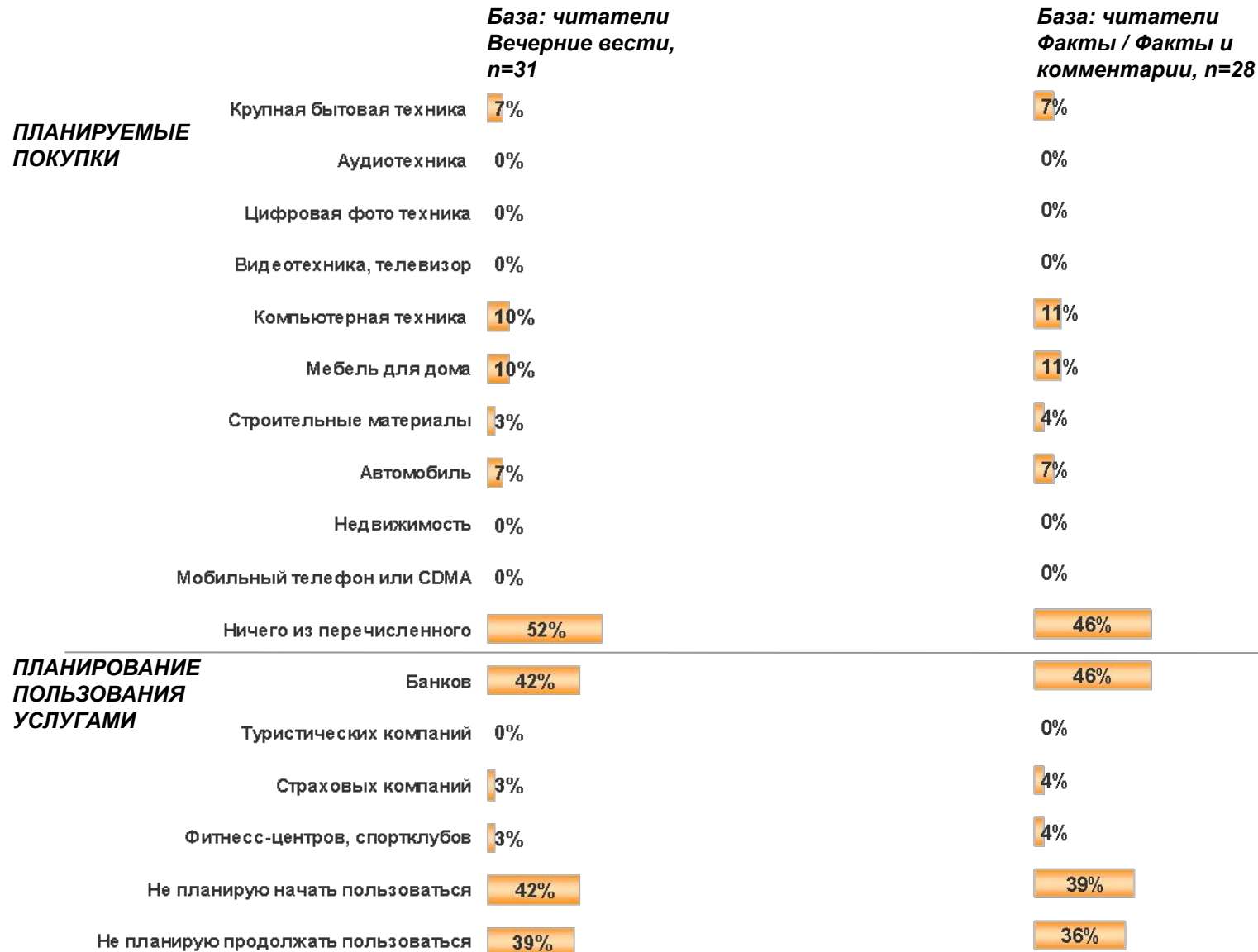


СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ ПЛАНИРУЕМЫЕ ПОКУПКИ

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет



the sixth sense of business™



Объемы аудиторий еженедельных изданий

Полугодовая аудитория

Аудитория одного номера

Регулярная аудитория

Первичная аудитория

Вторичная аудитория

Количество читаемых изданий

СПИСОК ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ NRS+ 2008/2. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

1. Авто Фото Продажа
2. Автобазар
3. АвтоМир
4. Авто и Цены
5. АвтоТЕМА
6. Автоцентр
7. Аргументы и факты
8. Аргументы и факты. Здоровье
9. АРТ Мозаика
10. Бизнес
11. Бизнес. Прайс-Листы
12. Бухгалтерия
13. Власть денег
14. Даша
15. 2000
16. Дебет-Кредит приложение к Контрактам / Галицким Контрактам
17. Деловая столица
18. Деньги
19. Зеркало недели
20. ИнвестГазета
21. Комментарии
22. Комп&ньон
23. Контракты / Галицкие Контракты
24. Корреспондент
25. Лиза
26. Молоток
27. Отдохни!
28. Пані
29. Полина
30. Программа ТВ
31. С тобой
32. 7+7я
33. Сериал
34. Статус. Экономические известия
35. Story
36. ТелеГазета
37. Телегид
38. Теленеделя
39. ТелеСемь
40. Телескоп
41. TV-парк
42. TV Экран
43. Фокус
44. Футбол
45. Эксперт
46. Экспресс газета

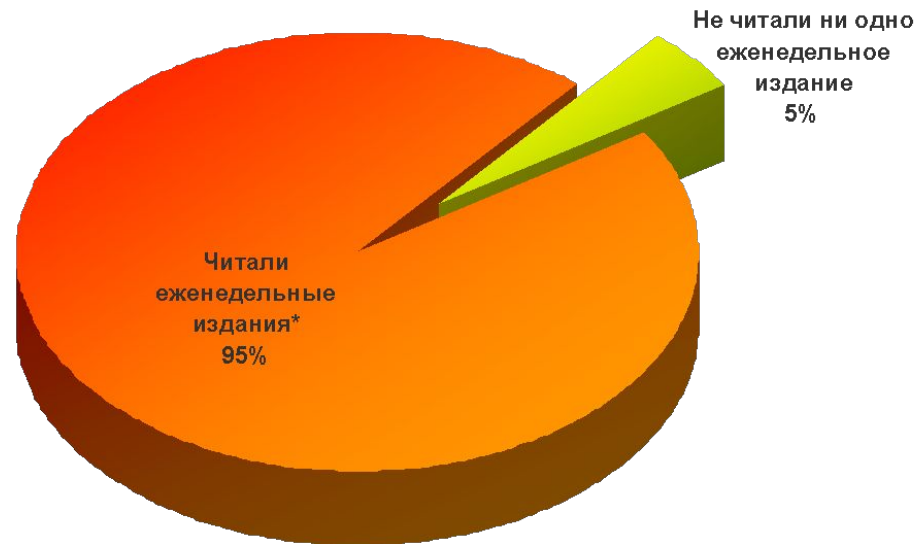
ЧТЕНИЕ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ NRS+ 2008/2

СТАХАНОВ

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250



the sixth sense of business™



*читали еженедельные издания за полгода из общего списка в исследовании

Пример: из всех респондентов, проживающих в Стаханове, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали еженедельное издание составила 95%.

КОЛИЧЕСТВО ЧИТАЕМЫХ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250

<i>Количество изданий</i>	<i>wTotal (тыс.)</i>	<i>Col%Weighted</i>
0	3,93	4,8
1 издания	35,41	43,2
2 издания	18,36	22,4
3 издания	11,15	13,6
4 издания	6,56	8,0
5 изданий	2,95	3,6
6 изданий	0,66	0,8
7 изданий	0,98	1,2
8 и более изданий	1,97	2,4



0 - не читали ни одно ежемесячное издание за полгода из списка еженедельных изданий

Пример: из всех респондентов, проживающих в Стаханове, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали только одно еженедельное издание составила 43,2%.

ПРОФИЛЬ: ЧИТАТЕЛЕЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ



the sixth sense of business™

База: читатели еженедельных изданий,
n=238

		Column %	Affinity Index
Пол/Возраст	Муж./12-24	14%	99
	Муж./25-44	14%	96
	Муж./45-65	18%	100
	Жен./12-24	16%	102
	Жен./25-44	17%	100
	Жен./45-65	22%	101
Финансовый* статус	Высокообеспеченные	0%	0
	Обеспеченные	24%	96
	Среднего достатка	73%	102
	Малоимущие	4%	93
	N/A	0%	
Образование	Начальное, неп. среднее	8%	97
	Среднее	59%	99
	Высшее, незак. высшее	32%	102
Занятость	Работают	51%	100
	Не работают	49%	100
Семейное положение*	Женаты / Замужем	66%	100
	Холосты / Не замужем	34%	100
Социальный статус	Предприниматели	10%	101
	Руководители	3%	105
	Специалисты	8%	105
	Служащие	13%	102
	Рабочие	13%	93
	Студенты, учащиеся	21%	101
	Домохозяйки, мол. мамы	10%	105
	Пенсионеры, инвал.	16%	100
	Безработные	3%	79
	Другое	3%	
N/A	1%		

		Column %	Affinity Index
Наличие автомобиля	Да	21%	103
	Нет	61%	99
	N/A	18%	
Планируемые покупки	Крупная бытовая техника	0%	53
	Аудиотехника	1%	105
	Цифровая фото техника	1%	105
	Видеотехника, телевизор	1%	105
	Компьютерная техника	3%	105
	Мебель для дома	3%	105
	Строительные материалы, окна, двери	3%	105
	Автомобиль	2%	105
	Недвижимость	1%	105
	Мобильный телефон или CDMA телефон	3%	105
Ничего из перечисленного	71%	99	
Планирование пользования услугами	Банков	31%	102
	Туристических компаний	2%	105
	Страховых компаний	6%	105
	Фитнесс-центров, спортклубов	0%	105
	Не планирую начать пользоваться	50%	104
Не планирую продолжать пользоваться	49%	97	

* Вопросы о семейном положении и финансовом статусе задаются респондентам в возрасте 16-65 лет

ОБЪЕМЫ АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250

№		Аудитория за полгода			Аудитория одного номера		
		Weighted Sample	Col% Weighted	Weighted Total	Unprojected Cover	Cover %	Cover
1	ТелеГазета	191	76,4	62,60	160	64,2	52,60
2	Телескоп	47	18,8	15,40	34	13,5	11,00
3	Отдохни!	39	15,6	12,80	27	10,9	9,00
4	Лиза	37	14,8	12,10	19	7,7	6,30
5	Теленеделя	32	12,8	10,50	18	7,4	6,00
6	Аргументы и факты	23	9,2	7,50	16	6,5	5,30
7	Футбол	17	6,8	5,60	12	5,0	4,10
8	АРТ Мозаика	17	6,8	5,60	11	4,3	3,50
9	АвтоМир	13	5,2	4,30	10	4,0	3,30
10	Сериал	13	5,2	4,30	9	3,8	3,10
11	Автобазар	13	5,2	4,30	8	3,1	2,50
12	ТелеСемь	9	3,6	3,00	7	2,9	2,40
13	Корреспондент	6	2,4	2,00	6	2,3	1,90
14	Story	9	3,6	3,00	5	2,1	1,80
15	Полина	8	3,2	2,60	5	2,1	1,70
16	Телегид	5	2,0	1,60	4	1,8	1,50
17	Экспресс газета	9	3,6	3,00	4	1,8	1,50
18	7+7я	5	2,0	1,60	3	1,4	1,10
19	Автоцентр	4	1,6	1,30	3	1,3	1,10
20	С тобой	4	1,6	1,30	3	1,2	1,00
21	Авто Фото Продажа	4	1,6	1,30	2	0,9	0,70
22	АвтоТЕМА	3	1,2	1,00	2	0,7	0,60
23	Бизнес. Прайс-Листы	2	0,8	0,70	2	0,6	0,50

Полугодовая аудитория – количество человек, читавших или просматривавших издание хотя бы раз за полгода.

Аудитория одного номера – усредненное количество читателей одного номера издания.

Вопрос: Какие из перечисленных ниже изданий, Вы хотя бы один раз читали или просматривали за последние полгода?

Не имеет значения, где, а также чей это был экземпляр?

ОБЪЕМЫ АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ. ПРОДОЛЖЕНИЕ

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250



the sixth sense of business™

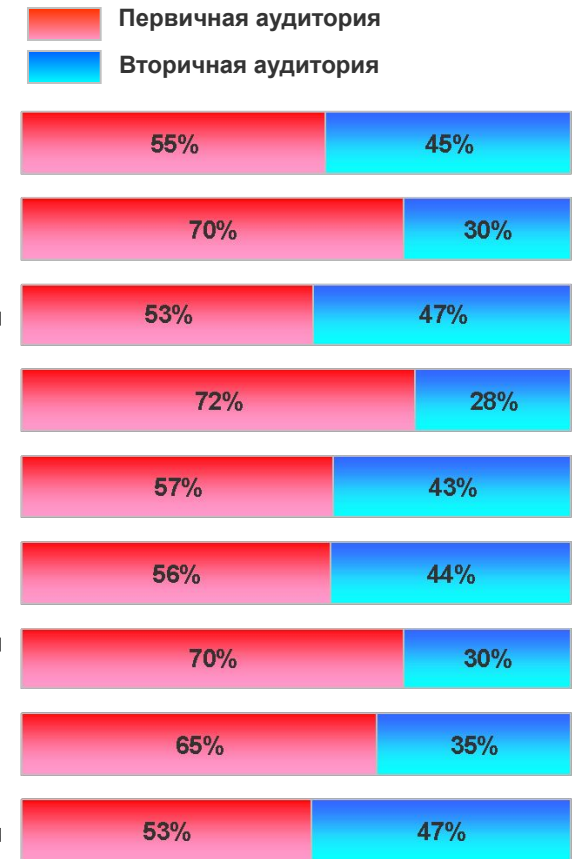
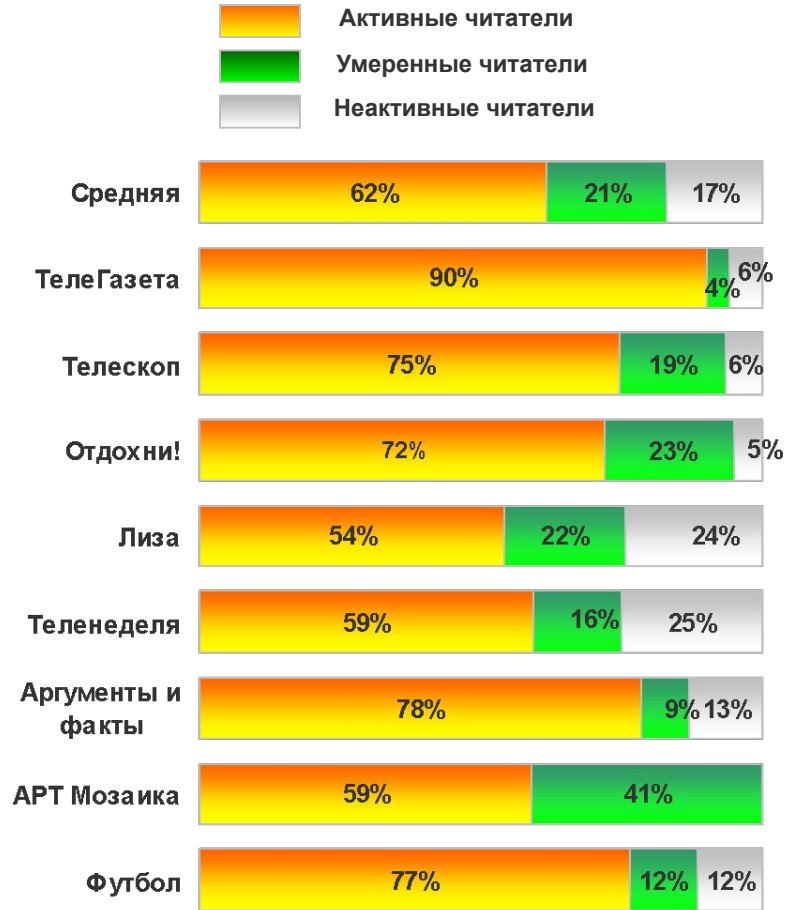
№		Аудитория за полгода			Аудитория одного номера		
		Weighted Sample	Col%	Weighted Total	Unprojected Cover	Cover %	Cover
24	Бухгалтерия	2	0,8	0,70	2	0,8	0,70
25	Молоток	3	1,2	1,00	2	0,8	0,70
26	2000	4	1,6	1,30	1	0,6	0,50
27	TV-парк	1	0,4	0,30	1	0,4	0,30
28	Авто и Цены	3	1,2	1,00	1	0,5	0,40
29	Бизнес	2	0,8	0,70	1	0,2	0,20
30	Власть денег	2	0,8	0,70	1	0,4	0,30
31	Деловая столица	2	0,8	0,70	1	0,3	0,30
32	TV Экран	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
33	Аргументы и факты. Здоровье	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
34	Даша	2	0,8	0,70	0	0,1	0,10
35	Дебет-Кредит приложение к Контрактам	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
36	Деньги	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
37	Зеркало недели	1	0,4	0,30	0	0,1	0,10
38	ИнвестГазета	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
39	Комментарии	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
40	Комп&ньон	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
41	Контракты / Галицкие Контракты	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
42	Пані	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
43	Программа ТВ	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
44	Статус. Экономические известия	1	0,4	0,30	0	0,1	0,10
45	Фокус	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
46	Эксперт	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
	Сумма	533	213,2	175,10	380	153,8	126,20
	Средняя аудитория – количество человек, читавших или просматривавших издание хотя бы раз за полгода.	12	1,6	3,81	8	3,3	2,74
	Аудитория одного номера – усредненное количество читателей одного номера издания.						

Вопрос: Какие из перечисленных ниже изданий, Вы хотя бы один раз читали или просматривали за последние полгода?

Не имеет значения, где, а также чей это был экземпляр?

ЧАСТОТА ЧТЕНИЯ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ

База: аудитория за полгода каждого издания отдельно



Активные - читают каждый номер издания, почти каждый номер.

Умеренные - читают половину и меньше половины номеров.

Неактивные - еще реже и затруднившиеся ответить.

Вопрос: Как часто за последние полгода, Вы обычно читали издание «Х»?

Первичная аудитория - читатели, которые подписываются или лично покупают издание.

Вторичная аудитория - читатели, которые берут издание почитать на работе, у членов семьи и знакомых, бесплатно, в Интернет.

Социально-демографическая структура аудиторий еженедельных изданий

Полугодовая аудитория изданий: АвтоМир, Сериал, Автобазар, Story, ТелеСемь, Экспресс газета, Полина, Корреспондент, Телегид, 7+7я, Автоцентр, Авто Фото Продажа, С тобой, 2000, Авто и Цены, АвтоТЕМА, Молоток, Бизнес. Прайс-Листы, Даша, Бизнес, Власть денег, Деловая столица, Бухгалтерия, Зеркало недели, TV-парк, Статус. Экономические известия, Пані, Комментарии, Аргументы и факты. Здоровье, Деньги, Комп&ньон, ИнвестГазета, Программа ТВ, TV Экран, Фокус, Дебет-Кредит приложение к Контрактам / Галицким Контрактам, Эксперт, Контракты / Галицкие Контракты – СТАТИСТИЧЕСКИ НЕДОСТАТОЧНАЯ НАПОЛНЯЕМОСТЬ (дальнейший анализ проведен за исключением вышеперечисленных изданий)

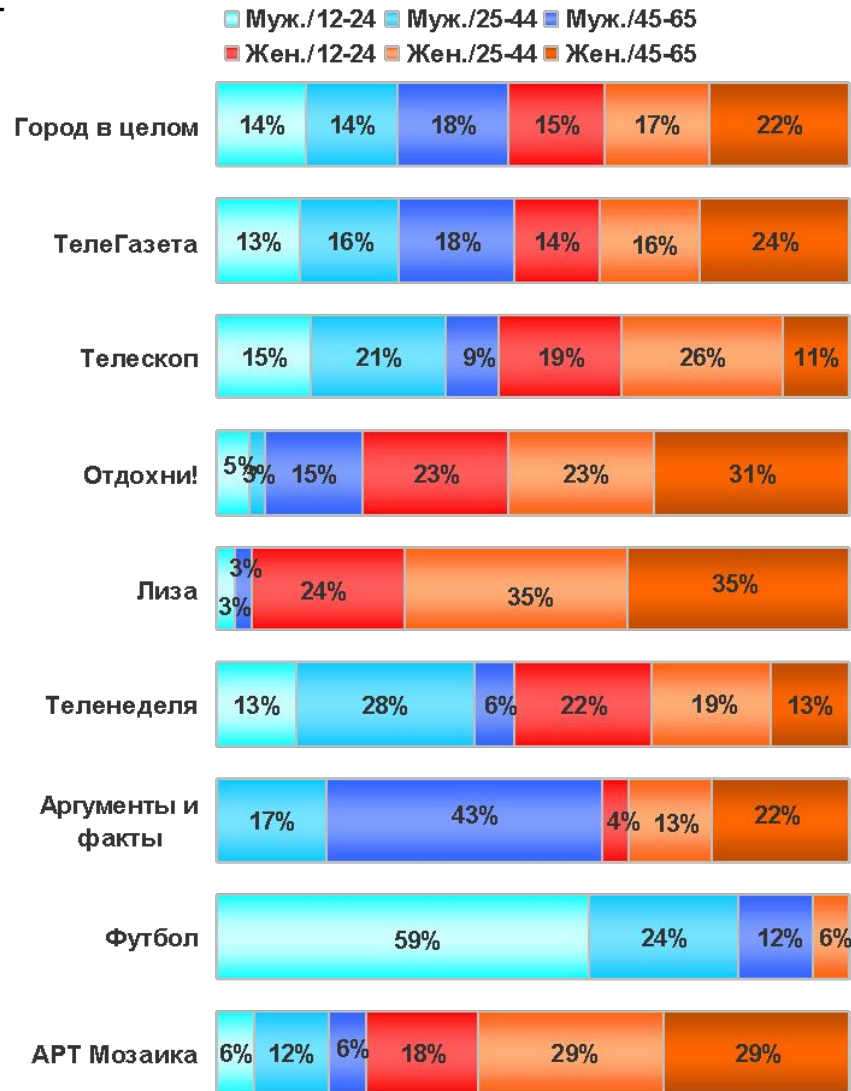
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет

ПОЛ/ВОЗРАСТ



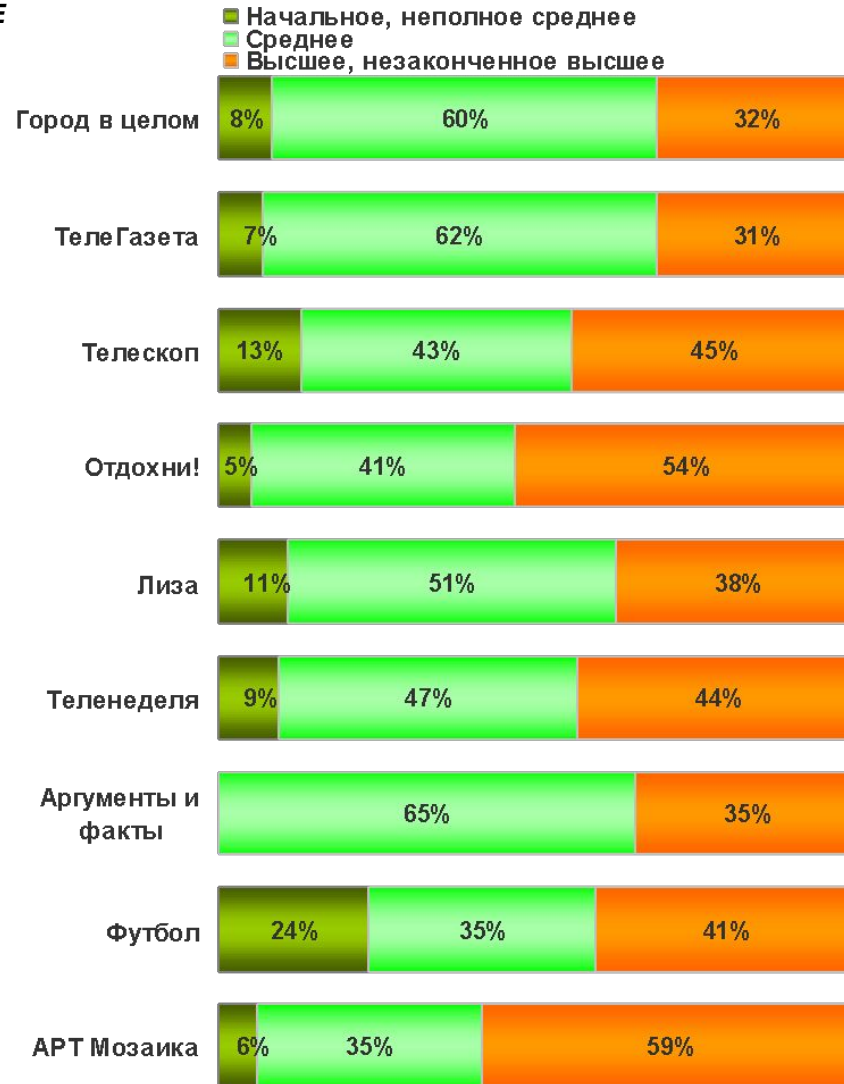
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет



the sixth sense of business™

ОБРАЗОВАНИЕ



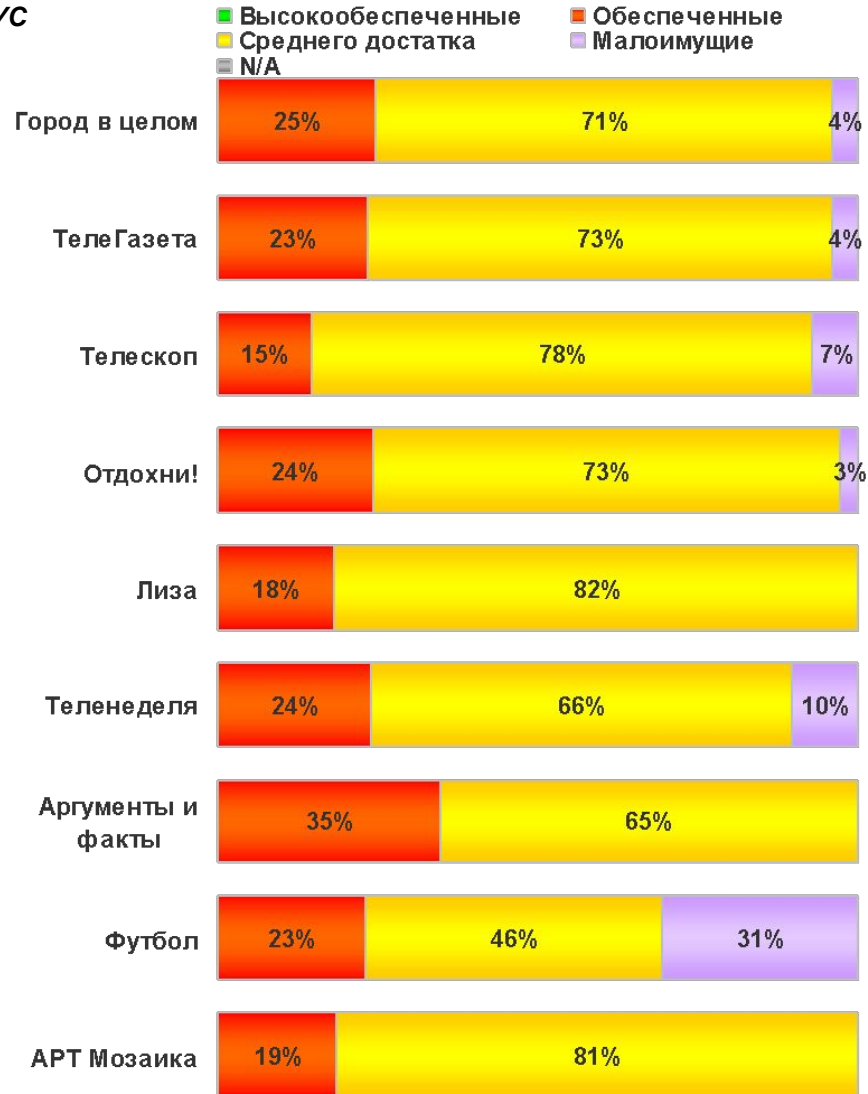
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет

ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



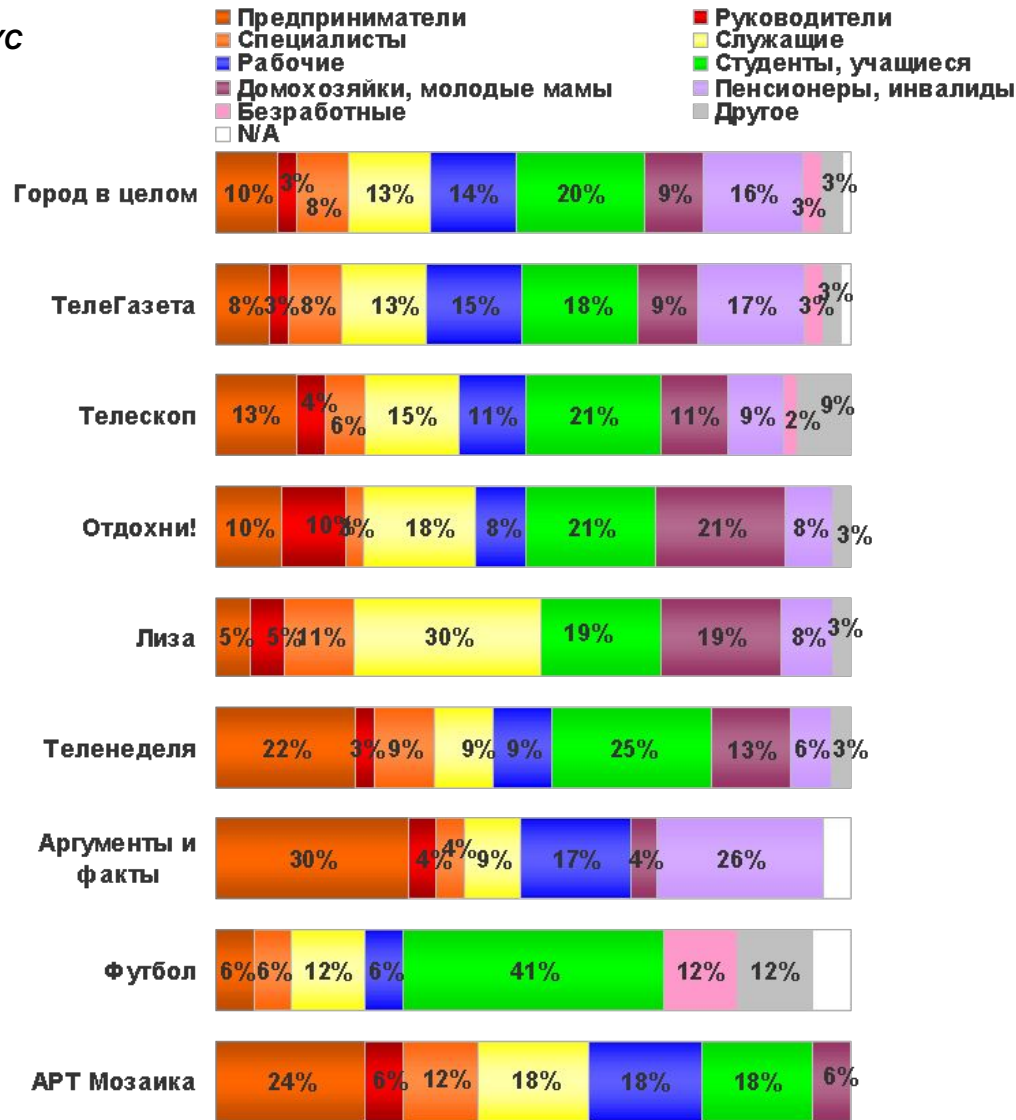
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ



the sixth sense of business™

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС



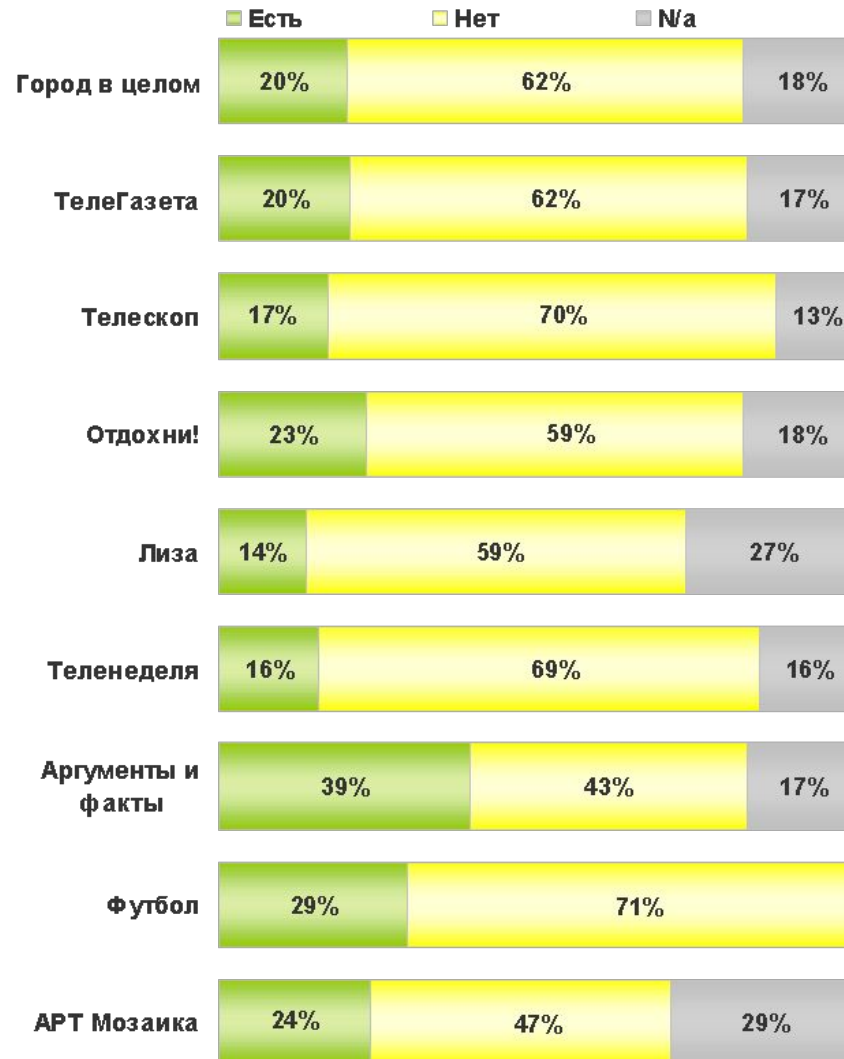
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. СТАХАНОВ

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет



the sixth sense of business™

НАЛИЧИЕ АВТОМОБИЛЯ

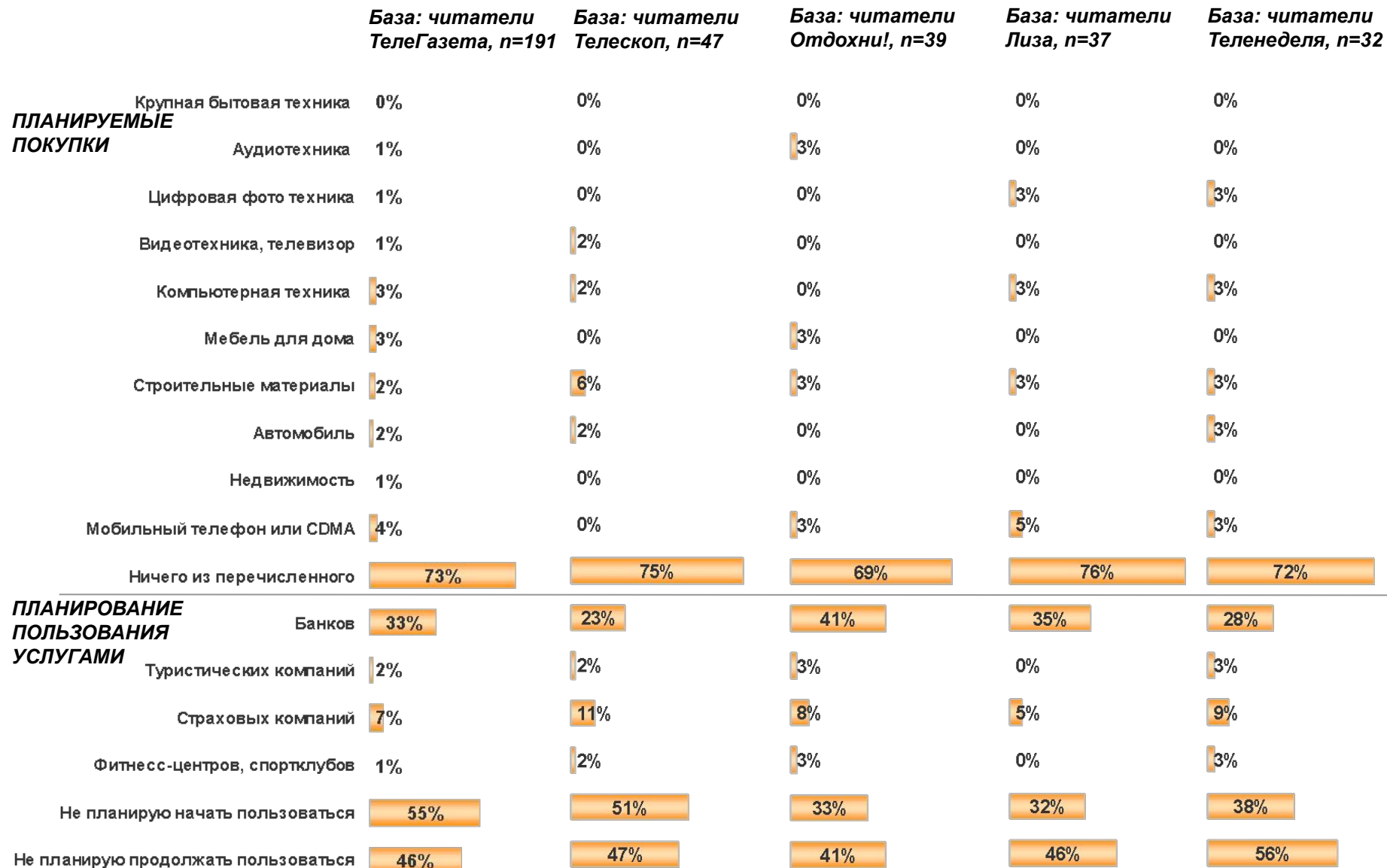


СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ ПЛАНИ ПОКУПКИ



the sixth sense of business™

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет

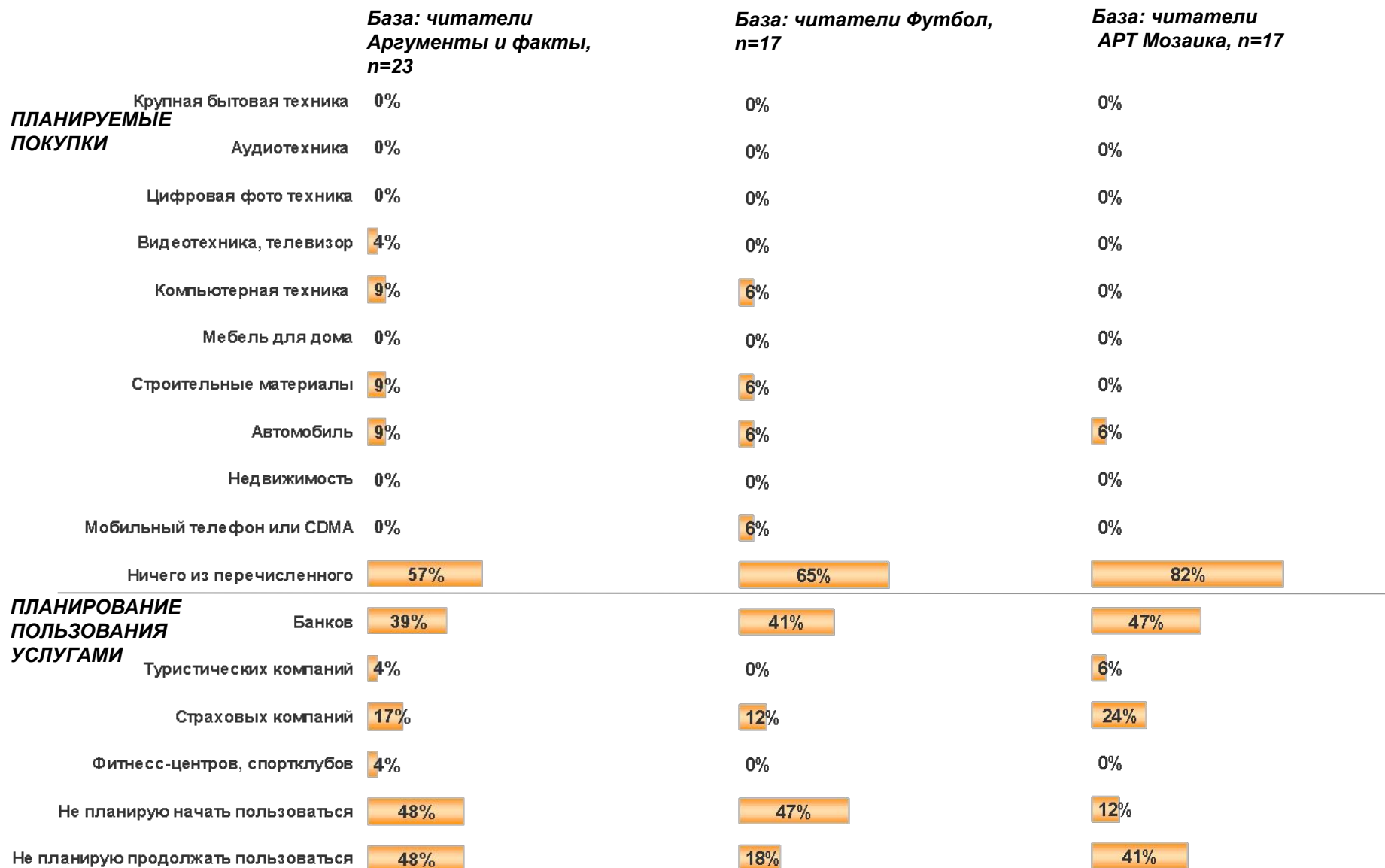


СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ ПЛАНИРОВАННОЙ ПОКУПКИ. ПРОДОЛЖЕНИЕ



the sixth sense of business™

База: полугодовая аудитория каждого издания отдельно, возраст 12-65 лет



Профиль пользователей Интернет

ПРОФИЛЬ: ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ



the sixth sense of business™

База: пользователи Интернет,
n=31

		Column %	Affinity Index
Пол/Возраст	Муж./12-24	23%	161
	Муж./25-44	13%	90
	Муж./45-65	23%	128
	Жен./12-24	26%	170
	Жен./25-44	16%	96
	Жен./45-65	0%	0
Финансовый* статус	Высокообеспеченные	0%	0
	Обеспеченные	26%	105
	Среднего достатка	65%	90
	Малоимущие	10%	248
	N/A	0%	
Образование	Начальное, неп. среднее	0%	0
	Среднее	42%	70
	Высшее, незак. высшее	58%	184
Занятость	Работают	45%	89
	Не работают	55%	111
Семейное положение*	Женаты / Замужем	48%	73
	Холосты / Не замужем	52%	153
Социальный статус	Предприниматели	23%	235
	Руководители	3%	101
	Специалисты	7%	81
	Служащие	3%	25
	Рабочие	3%	24
	Студенты, учащиеся	32%	158
	Домохозяйки, мол. мамы	13%	140
	Пенсионеры, инвал.	0%	0
	Безработные	7%	202
	Другое	7%	
N/A	3%		

		Column %	Affinity Index
Наличие автомобиля	Да	58%	290
	Нет	36%	57
Планируемые покупки	N/A	6%	
	Крупная бытовая техника	3%	403
	Аудиотехника	3%	403
	Цифровая фото техника	7%	806
	Видеотехника, телевизор	0%	0
	Компьютерная техника	10%	403
	Мебель для дома	7%	269
	Строительные материалы, окна, двери	7%	230
	Автомобиль	3%	202
	Недвижимость	3%	403
Планирование пользования услугами	Мобильный телефон или CDMA телефон	3%	101
	Ничего из перечисленного	48%	67
	Банков	42%	140
	Туристических компаний	7%	403
	Страховых компаний	13%	230
	Фитнесс-центров, спортклубов	0%	0
	Не планирую начать пользоваться	42%	87
	Не планирую продолжать пользоваться	36%	71

* Вопросы о семейном положении и финансовом статусе задаются респондентам в возрасте 16-65 лет

ОБЪЕМЫ АУДИТОРИЙ ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ



the sixth sense of business™

База: респонденты, проживающие в Стаханове, в возрасте 12-65 лет
n=250

<i>Использование Интернет за 3 месяца</i>				
<i>№</i>		<i>WSample</i>	<i>Col%Weighted</i>	<i>wTotal</i>
	Пользовались	31	12,4	10,16
	Не пользовались	219	87,6	71,80
<i>Аудитория за 3 месяца (от пользователей Интернет)</i>				
1	Www.auto.ria.ua	6	19,4	1,97
2	Www.gazeta.rv.ua	6	19,4	1,97
3	Www.auto.molbuk.cv.ua	4	12,9	1,31
4	Www.ye.ua	2	6,5	0,66
5	Www.gorod.cn.ua	1	3,2	0,33
6	Www.kafanews.com	1	3,2	0,33
7	Www.autoukraine.com.ua	1	3,2	0,33
8	Www.dancor.sumy.ua	1	3,2	0,33
9	Www.fresh.org.ua	0	0,0	0,00
10	Www.molbuk.cv.ua	0	0,0	0,00
11	Www.vidido.ua	0	0,0	0,00
12	Www.vechirka.ck.ua	0	0,0	0,00
13	Www.grivna.ks.ua	0	0,0	0,00
14	Www.telegraf.in.ua	0	0,0	0,00
15	Www.zhovta.ua	0	0,0	0,00
16	Www.mv.org.ua	0	0,0	0,00
17	Www.sobitie.com.ua	0	0,0	0,00
18	Www.ogo.ua	0	0,0	0,00
19	Www.adu.rel.com	0	0,0	0,00
20	Www.vsim.com.ua	0	0,0	0,00
21	Www.20minut.ua	0	0,0	0,00
22	Www.ria.ua	0	0,0	0,00
23	Www.lanos.com.ua	0	0,0	0,00
24	Www.kolo.pl.ua	0	0,0	0,00
25	Вопрос: Какие из перечисленных Интернет-сайтов Вы просматривали хотя бы один раз за последние 3 месяца? никакой из перечисленных	22	7,10	7,21

Аудитория за 3 месяца – количество человек, просматривавших Интернет-сайт хотя бы раз за 3 месяца.