



Отчет по
**АУДИТОРИИ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ
И ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ**
города Днепродзержинска

Подготовлено TNS Ukraine

УКРАИНА 2008 год



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 Днепропетровска

Пол

Возраст

Образование

Семейное положение

Финансовый статус

Род деятельности

Наличие автомобиля

Покупка товаров

Пользование услугами

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА ДНЕПРОДЗЕРЖИНСКА

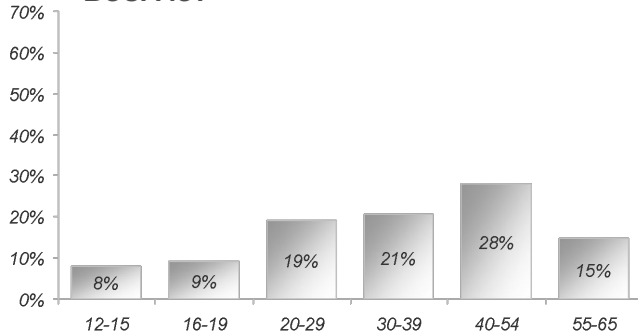


*База: респонденты, проживающие в Днепродзержинске, в возрасте 12-65 лет
n=250

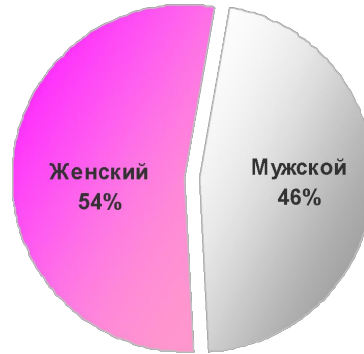
В ДНЕПРОДЗЕРЖИНСКЕ ПРОЖИВАЕТ 201513 ЧЕЛОВЕК,

В ВОЗРАСТЕ ОТ 12 ДО 65 ЛЕТ.

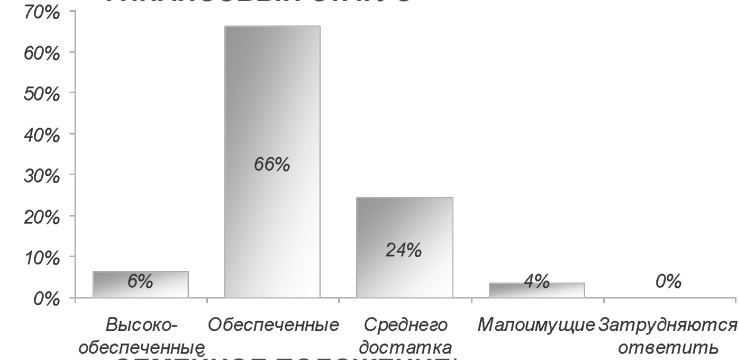
ВОЗРАСТ



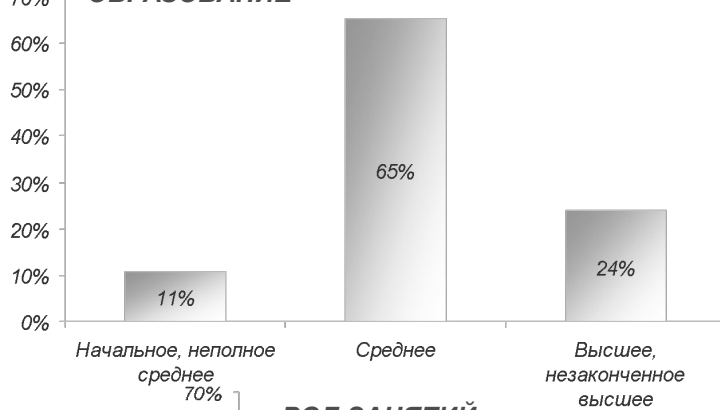
ПОЛ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС*



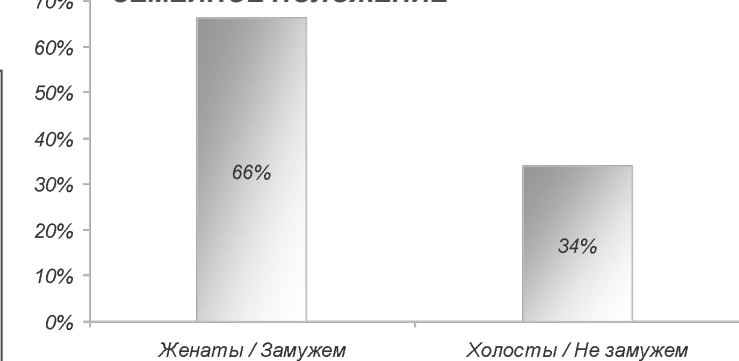
ОБРАЗОВАНИЕ



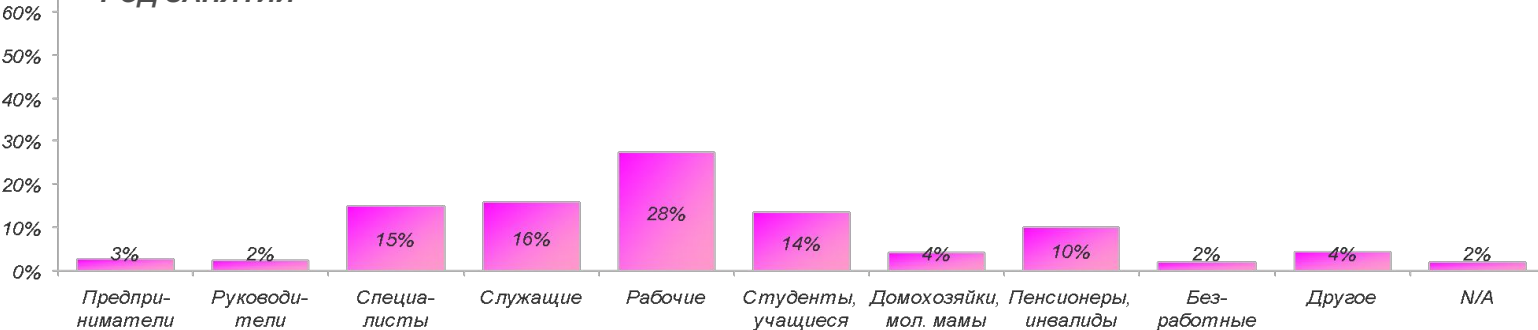
На этом слайде и далее:
База – целевая группа от которой рассматривается показатель, название которого указано в заголовке слайда;

n – количество человек в выборке, соответствующее целевой группе

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ*



РОД ЗАНЯТИЙ



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ПРОФИЛЬ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА ДНЕПРОДЗЕРЖИНСКА

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

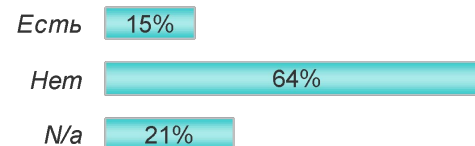
ПЛАНИРОВАНИЕ ПОКУПКИ ТОВАРОВ



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 ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



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 ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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



*читали ежедневные издания за полгода из общего списка в исследовании

Пример: из всех респондентов, проживающих в Днепропетровске, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали ежедневное издание составила 41%.

КОЛИЧЕСТВО ЧИТАЕМЫХ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

<i>Количество изданий</i>	<i>wTotal (тыс.)</i>	<i>Col%Weighted</i>
0	118,49	58,8
1 издания	2,42	1,2
2 издания	50,78	25,2
3 издания	6,45	3,2
4 издания	16,12	8,0
5 изданий	4,03	2,0
6 изданий	2,42	1,2
7 изданий	0,81	0,4
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 Днепродзержинске, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали только одно ежедневное издание составила 1,2%.

ПРОФИЛЬ: ЧИТАТЕЛЕЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ



the sixth sense of business™

База: читатели ежедневных изданий,
n=103

		Column %	Affinity Index
Пол/Возраст	Муж./12-24	12%	86
	Муж./25-44	19%	101
	Муж./45-65	19%	143
	Жен./12-24	12%	88
	Жен./25-44	20%	100
	Жен./45-65	18%	87
Финансовый* статус	Высокообеспеченные	6%	100
	Обеспеченные	62%	93
	Среднего достатка	28%	116
	Малоимущие	4%	116
	N/A	0%	
Образование	Начальное, неп. среднее	10%	90
	Среднее	71%	109
	Высшее, незак. высшее	19%	81
Занятость	Работают	76%	109
	Не работают	24%	79
Семейное положение*	Женаты / Замужем	73%	110
	Холосты / Не замужем	27%	80
Социальный статус	Предприниматели	6%	208
	Руководители	1%	40
	Специалисты	18%	115
	Служащие	20%	127
	Рабочие	29%	106
	Студенты, учащиеся	7%	50
	Домохозяйки, мол. мамы	6%	146
	Пенсионеры, инвал.	10%	97
	Безработные	0%	0
	Другое	2%	
	N/A	2%	

		Column %	Affinity Index
Наличие автомобиля	Да	17%	112
	Нет	67%	105
	N/A	17%	
Планируемые покупки	Крупная бытовая техника	13%	83
	Аудиотехника	3%	104
	Цифровая фото техника	4%	75
	Видеотехника, телевизор	7%	170
	Компьютерная техника	6%	146
	Мебель для дома	8%	75
	Строительные материалы, окна, двери	6%	104
	Автомобиль	7%	170
	Недвижимость	0%	0
	Мобильный телефон или CDMA телефон	7%	74
	Ничего из перечисленного	44%	106
Планирование пользования услугами	Банков	57%	111
	Туристических компаний	3%	146
	Страховых компаний	18%	109
	Фитнесс-центров, спортклубов	0%	0
	Не планирую начать пользоваться	17%	79
	Не планирую продолжать пользоваться	23%	100

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

ОБЪЕМЫ АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

База: респонденты, проживающие в Днепродзержинске, 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	58	23,2	46,80	20	8,1	16,30
2	Комсомольская правда	38	15,2	30,60	14	5,7	11,40
3	Сегодня	29	11,6	23,40	10	4,0	8,10
4	Жизнь	15	6,0	12,10	6	2,4	4,90
5	Киевские ведомости	22	8,8	17,70	5	2,1	4,30
6	Команда	18	7,2	14,50	4	1,6	3,30
7	15 минут	42	16,8	33,90	1	0,5	1,00
8	Вечерние вести	43	17,2	34,70	1	0,2	0,40
9	Коммерсантъ	10	4,0	8,10	1	0,3	0,70
10	Газета 24	2	0,8	1,60	0	0,0	0,00
11	Дело	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
12	День	1	0,4	0,80	0	0,1	0,20
13	Экспрес	4	1,6	3,20	0	0,2	0,40
14	Экономические известия	1	0,4	0,80	0	0,0	0,10
	Сумма	283	113,2	228,20	62	25,2	51,10
	Средняя	20	8,1	16,30	4	1,8	3,65

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. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК

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 «X»?

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: Коммерсантъ, Экспрес, Газета 24,
Экономические известия, День, Дело
– СТАТИСТИЧЕСКИ НЕДОСТАТОЧНАЯ НАПОЛНЯЕМОСТЬ
(дальнейший анализ проведен за исключением вышеперечисленных изданий)*

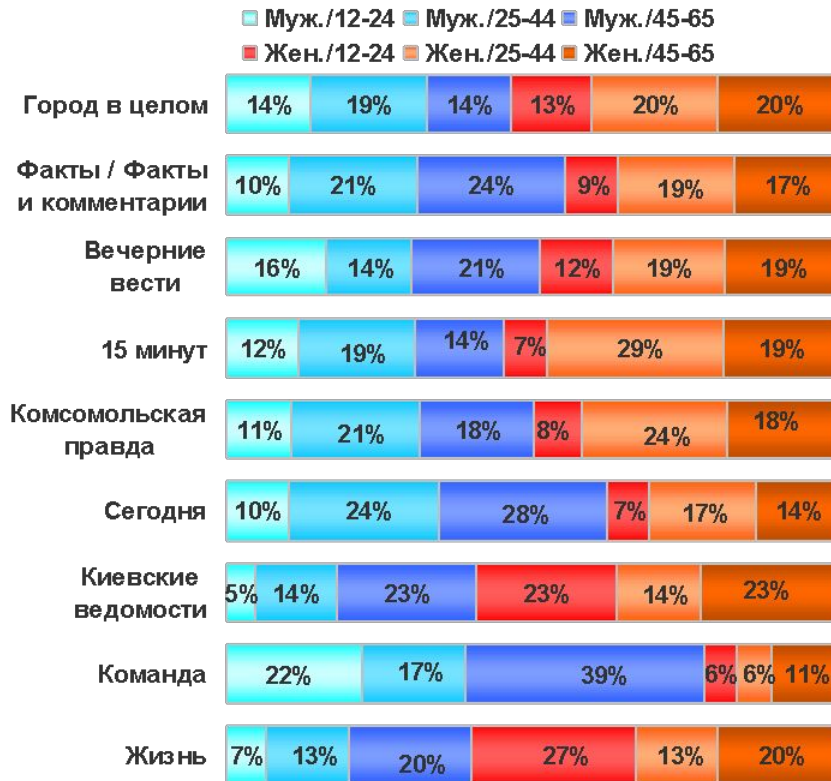
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



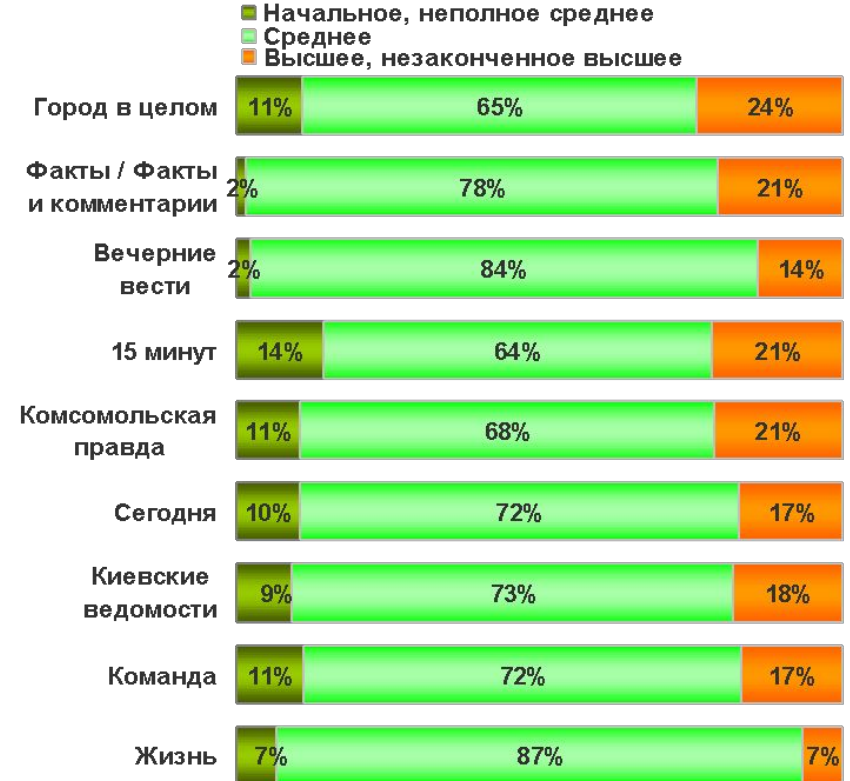
the sixth sense of business™

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

ПОЛ/ВОЗРАСТ



ОБРАЗОВАНИЕ



СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК

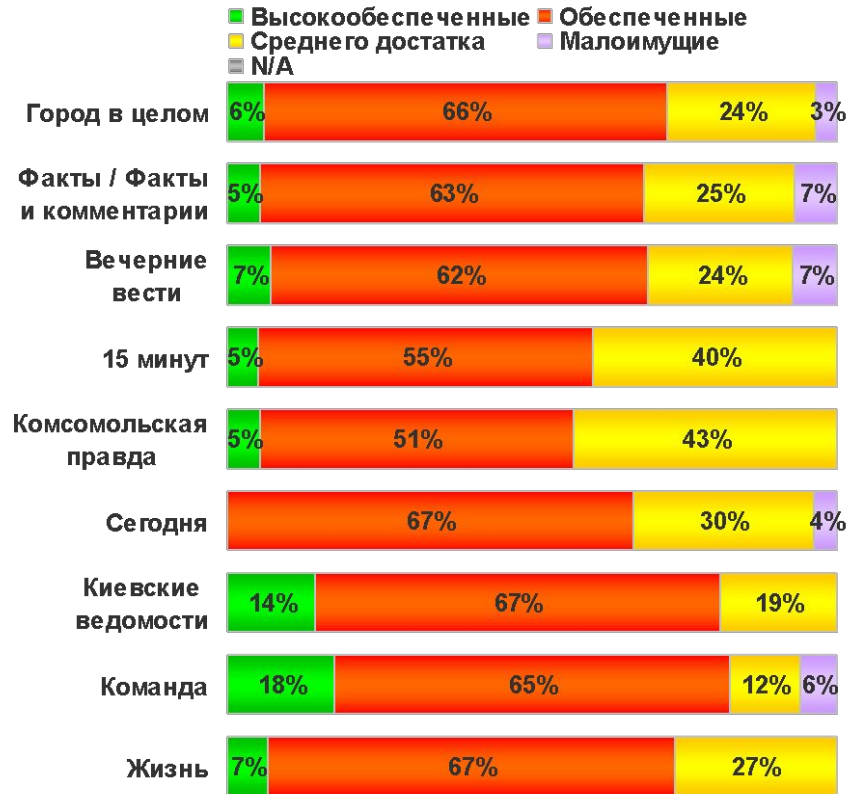


the sixth sense of business™

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

ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС*

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС



*- База: респонденты в возрасте 16-65 лет

СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

НАЛИЧИЕ АВТОМОБИЛЯ



СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ ПЛАНИРУЕМЫЕ ПОКУПКИ



the sixth sense of business™

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

	База: читатели Факты / Факты и комментарии, n=58	База: читатели Вечерние вестн, n=43	База: читатели 15 минут, n=42	База: читатели Комсомольская правда, n=38	
ПЛАНИРУЕМЫЕ ПОКУПКИ	Крупная бытовая техника	9%	12%	19%	18%
	Аудиотехника	3%	5%	2%	0%
	Цифровая фото техника	3%	2%	5%	5%
	Видеотехника, телевизор	7%	7%	5%	3%
	Компьютерная техника	7%	5%	0%	0%
	Мебель для дома	9%	9%	10%	8%
	Строительные материалы	5%	7%	10%	11%
	Автомобиль	7%	7%	5%	5%
	Недвижимость	0%	0%	0%	0%
	Мобильный телефон или CDMA	9%	9%	10%	11%
Ничего из перечисленного	47%	47%	41%	40%	
ПЛАНИРОВАНИЕ ПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛУГАМИ	Банков	62%	63%	62%	66%
	Туристических компаний	2%	2%	5%	5%
	Страховых компаний	16%	23%	19%	21%
	Фитнесс-центров, спортклубов	0%	0%	0%	0%
	Не планирую начать пользоваться	19%	16%	10%	8%
	Не планирую продолжать пользоваться	17%	16%	24%	18%

СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ ПЛАНИРУЕМЫЕ ПОКУПКИ.ПРОДОЛЖЕНИЕ



the sixth sense of business™

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

	База: читатели Сегодня, n=29	База: читатели Киевские ведомости, n=22	База: читатели Команда, n=18	База: читатели Жизнь, n=15	
ПЛАНИРУЕМЫЕ ПОКУПКИ	Крупная бытовая техника	10%	14%	17%	7%
	Аудиотехника	0%	0%	0%	0%
	Цифровая фото техника	0%	5%	0%	7%
	Видеотехника, телевизор	10%	14%	6%	13%
	Компьютерная техника	3%	9%	11%	7%
	Мебель для дома	3%	5%	11%	0%
	Строительные материалы	3%	9%	6%	13%
	Автомобиль	7%	0%	0%	7%
	Недвижимость	0%	0%	0%	0%
	Мобильный телефон или CDMA	7%	0%	0%	0%
Ничего из перечисленного	52%	46%	44%	47%	
ПЛАНИРОВАНИЕ ПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛУГАМИ	Банков	55%	46%	44%	53%
	Туристических компаний	0%	0%	6%	0%
	Страховых компаний	0%	18%	28%	7%
	Фитнесс-центров, спортклубов	0%	0%	0%	0%
	Не планирую начать пользоваться	24%	14%	33%	0%
	Не планирую продолжать пользоваться	21%	36%	11%	47%

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. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



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. Город за рулем
15. Даша
16. 2000
17. Дебет-Кредит приложение к Контрактам / Галицким Контрактам
18. Деловая столица
19. Деньги
20. Зеркало недели
21. ИнвестГазета
22. Комментарии
23. Комп&ньон
24. Контракты / Галицкие Контракты
25. Корреспондент
26. Лиза
27. Молоток

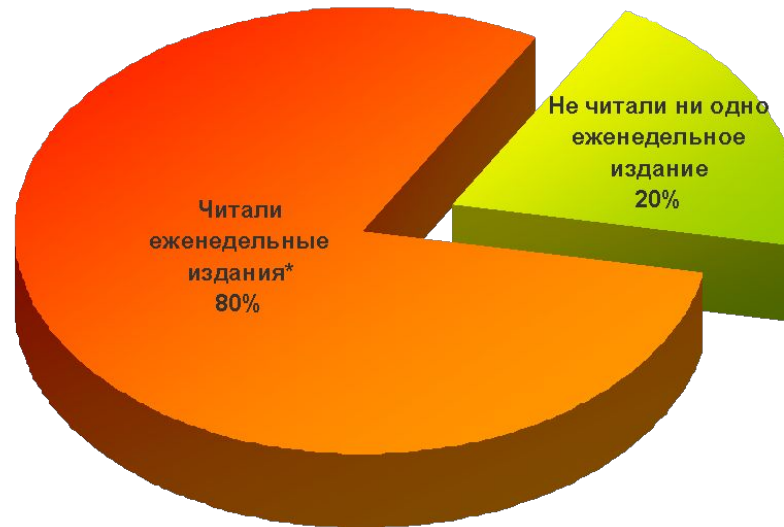
28. Отдохни!
29. Пані
30. Полина
31. Программа ТВ
32. С тобой
33. 7+7я
34. Сериал
35. Событие
36. Статус. Экономические известия
37. Story
38. Телегид
39. Теленеделя
40. ТелеСемь
41. Телескоп
42. TV-парк
43. TV Экран
44. Фокус
45. Футбол
46. Эксперт
47. Экспресс газета

ЧТЕНИЕ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ NRS+ 2008/2 ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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



*читали еженедельные издания за полгода из общего списка в исследовании

Пример: из всех респондентов, проживающих в Днепродзержинске, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали еженедельное издание составила 80%.

КОЛИЧЕСТВО ЧИТАЕМЫХ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК

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

<i>Количество изданий</i>	<i>wTotal (тыс.)</i>	<i>Col%Weighted</i>
0	39,50	19,6
1 издания	54,01	26,8
2 издания	45,14	22,4
3 издания	33,85	16,8
4 издания	14,51	7,2
5 изданий	11,28	5,6
6 изданий	1,61	0,8
7 изданий	0,81	0,4
8 и более изданий	0,81	0,4



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

Пример: из всех респондентов, проживающих в Днепродзержинске, в возрасте 12-65 лет, доля читателей, которые за последние полгода читали только одно еженедельное издание составила 26,8%.

ПРОФИЛЬ: ЧИТАТЕЛЕЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ



the sixth sense of business™

База: читатели еженедельных изданий,
n=201

		Column %	Affinity Index
Пол/Возраст	Муж./12-24	15%	110
	Муж./25-44	18%	93
	Муж./45-65	14%	102
	Жен./12-24	15%	113
	Жен./25-44	21%	102
	Жен./45-65	17%	87
Финансовый* статус	Высокообеспеченные	5%	79
	Обеспеченные	66%	99
	Среднего достатка	26%	106
	Малоимущие	4%	108
	N/A	0%	
Образование	Начальное, неп. среднее	11%	97
	Среднее	65%	99
	Высшее, незак. высшее	24%	102
Занятость	Работают	70%	101
	Не работают	30%	97
Семейное положение*	Женаты / Замужем	68%	103
	Холосты / Не замужем	32%	95
Социальный статус	Предприниматели	4%	124
	Руководители	3%	104
	Специалисты	14%	95
	Служащие	18%	115
	Рабочие	28%	101
	Студенты, учащиеся	14%	102
	Домохозяйки, мол. мамы	4%	87
	Пенсионеры, инвал.	9%	90
	Безработные	3%	124
	Другое	3%	
	N/A	2%	

		Column %	Affinity Index
Наличие автомобиля	Да	17%	114
	Нет	62%	96
	N/A	21%	
Планируемые покупки	Крупная бытовая техника	16%	108
	Аудиотехника	4%	124
	Цифровая фото техника	6%	115
	Видеотехника, телевизор	4%	87
	Компьютерная техника	5%	124
	Мебель для дома	10%	100
	Строительные материалы, окна, двери	6%	98
	Автомобиль	5%	124
	Недвижимость	1%	124
	Мобильный телефон или CDMA телефон	10%	108
Ничего из перечисленного	37%	91	
Планирование пользования услугами	Банков	57%	111
	Туристических компаний	3%	124
	Страховых компаний	18%	112
	Фитнесс-центров, спортклубов	0%	0
	Не планирую начать пользоваться	19%	91
Не планирую продолжать пользоваться	19%	81	

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

ОБЪЕМЫ АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

№		Аудитория за полгода			Аудитория одного номера		
		Weighted Sample	Col% Weighted	Weighted wTotal	Unprojected Cover	Cover %	Cover
1	Событие	97	38,8	78,19	72	28,6	57,67
2	Теленеделя	43	17,2	34,66	24	9,7	19,51
3	Лиза	51	20,4	41,11	22	8,6	17,37
4	Отдохни!	47	18,8	37,88	22	8,8	17,73
5	Аргументы и факты	38	15,2	30,63	16	6,4	12,82
6	Телескоп	26	10,4	20,96	15	5,8	11,73
7	Сериал	19	7,6	15,31	9	3,5	7,01
8	Автобазар	16	6,4	12,90	8	3,1	6,29
9	TV-парк	12	4,8	9,67	5	2,0	4,03
10	АвтоМир	11	4,4	8,87	5	1,8	3,71
11	Даша	13	5,2	10,48	5	2,0	4,07
12	Телегид	10	4,0	8,06	5	2,0	4,11
13	Футбол	12	4,8	9,67	5	2,1	4,27
14	Программа ТВ	4	1,6	3,22	4	1,5	3,02
15	АРТ Мозаика	7	2,8	5,64	3	1,0	2,10
16	Город за рулем	7	2,8	5,64	3	1,3	2,58
17	Молоток	6	2,4	4,84	3	1,2	2,50
18	Полина	7	2,8	5,64	3	1,3	2,70
19	7+7я	5	2,0	4,03	2	0,8	1,61
20	Авто Фото Продажа	4	1,6	3,22	2	0,8	1,61
21	Аргументы и факты. Здоровье	7	2,8	5,64	2	1,0	1,97
22	С тобой	3	1,2	2,42	2	0,7	1,41
23	TV Экран	3	1,2	2,42	1	0,2	0,40

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. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК. ПРОДОЛЖЕНИЕ



the sixth sense of business™

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

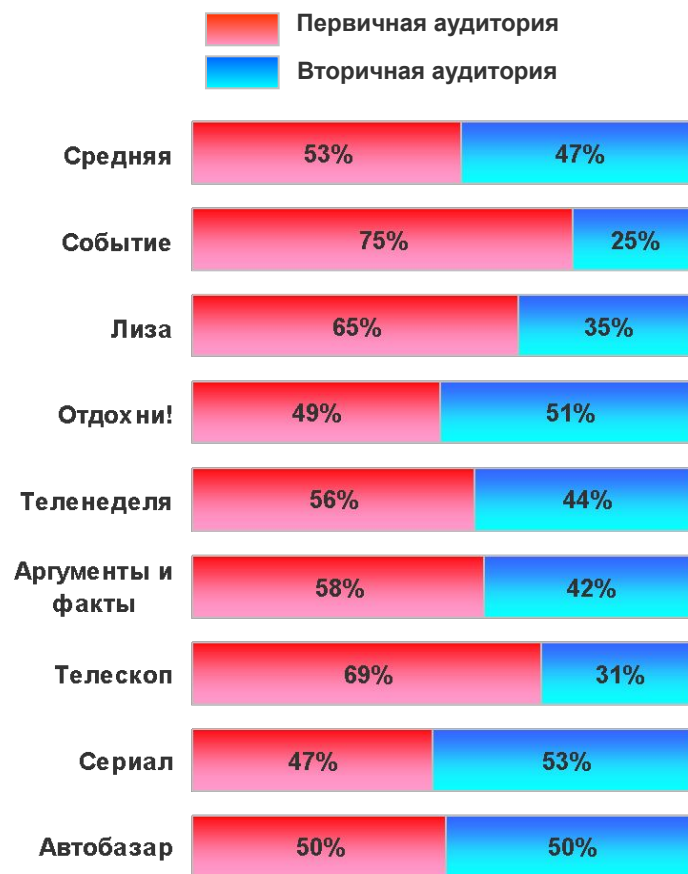
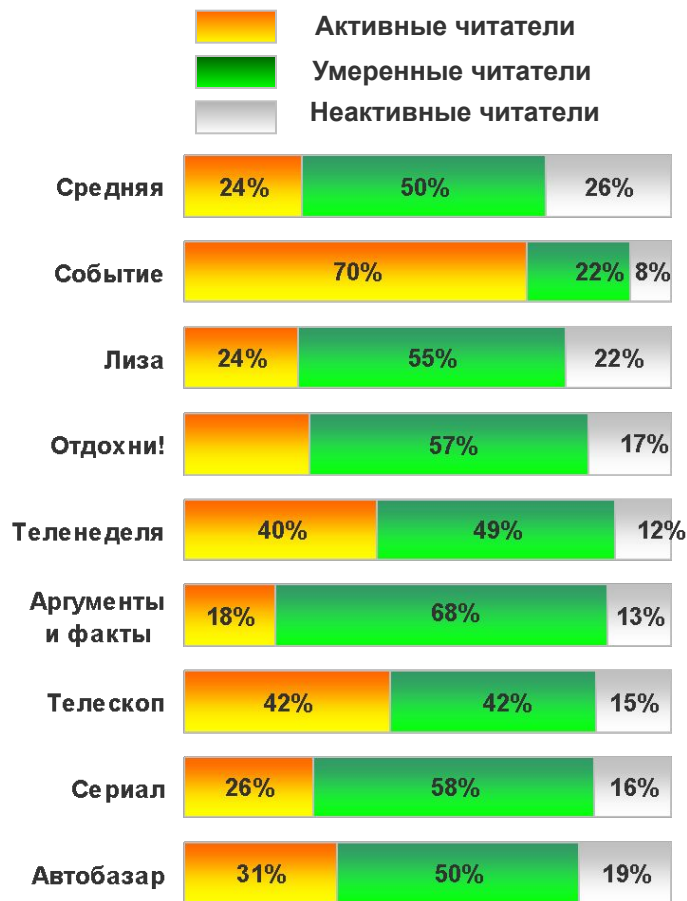
№		Аудитория за полгода			Аудитория одного номера		
		Weighted Sample	Col% Weighted	Weighted Total	Unprojected Cover	Cover %	Cover
24	Авто и Цены	3	1,2	2,42	1	0,2	0,48
25	АвтоТЕМА	2	0,8	1,61	1	0,2	0,48
26	Бизнес	2	0,8	1,61	1	0,4	0,81
27	Зеркало недели	3	1,2	2,42	1	0,5	1,01
28	ТелеСемь	3	1,2	2,42	1	0,2	0,40
29	Фокус	1	0,4	0,81	1	0,4	0,81
30	2000	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
31	Story	2	0,8	1,61	0	0,1	0,28
32	Автоцентр	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
33	Бизнес. Прайс-Листы	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
34	Бухгалтерия	1	0,4	0,81	0	0,0	0,00
35	Власть денег	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
36	Дебет-Кредит приложение к Контрактам	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
37	Деловая столица	1	0,4	0,81	0	0,1	0,20
38	Деньги	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
39	ИнвестГазета	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
40	Комментарии	2	0,8	1,61	0	0,0	0,08
41	Комп&ньон	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
42	Контракты / Галицкие Контракты	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
43	Корреспондент	3	1,2	2,42	0	0,2	0,36
44	Пані	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
45	Статус. Экономические известия	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
46	Эксперт	0	0,0	0,00	0	0,0	0,00
47	Экспресс газета	3	1,2	2,42	0	0,1	0,28
	Сумма	474	189,6	382,07	244	97,0	195,41
	Средняя аудиторная аудитория – количество человек, читавших или просматривавших издание хотя бы раз за полгода.	10	4,0	8,93	5	2,1	4,16
	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. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК

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 «X»?

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: Даша, Футбол, TV-парк, АвтоМир, Телегид, Город за рулем, Аргументы и факты. Здоровье, АРТ Мозаика, Полина, Молоток, 7+7я, Программа ТВ, Авто Фото Продажа, С тобой, Авто и Цены, Экспресс газета, Корреспондент, TV Экран, ТелеСемь, Зеркало недели, Story, Бизнес, Комментарии, АвтоТЕМА, Деловая столица, Бухгалтерия, Фокус, ИнвестГазета, 2000, Власть денег, Статус. Экономические известия, Дебет-Кредит приложение к Контрактам / Галицким Контрактам, Бизнес. Прайс-Листы, Комп&ньон, Автоцентр, Деньги, Пані, Эксперт, Контракты / Галицкие Контракты

– СТАТИСТИЧЕСКИ НЕДОСТАТОЧНАЯ НАПОЛНЯЕМОСТЬ (дальнейший анализ проведен за исключением вышеперечисленных изданий)

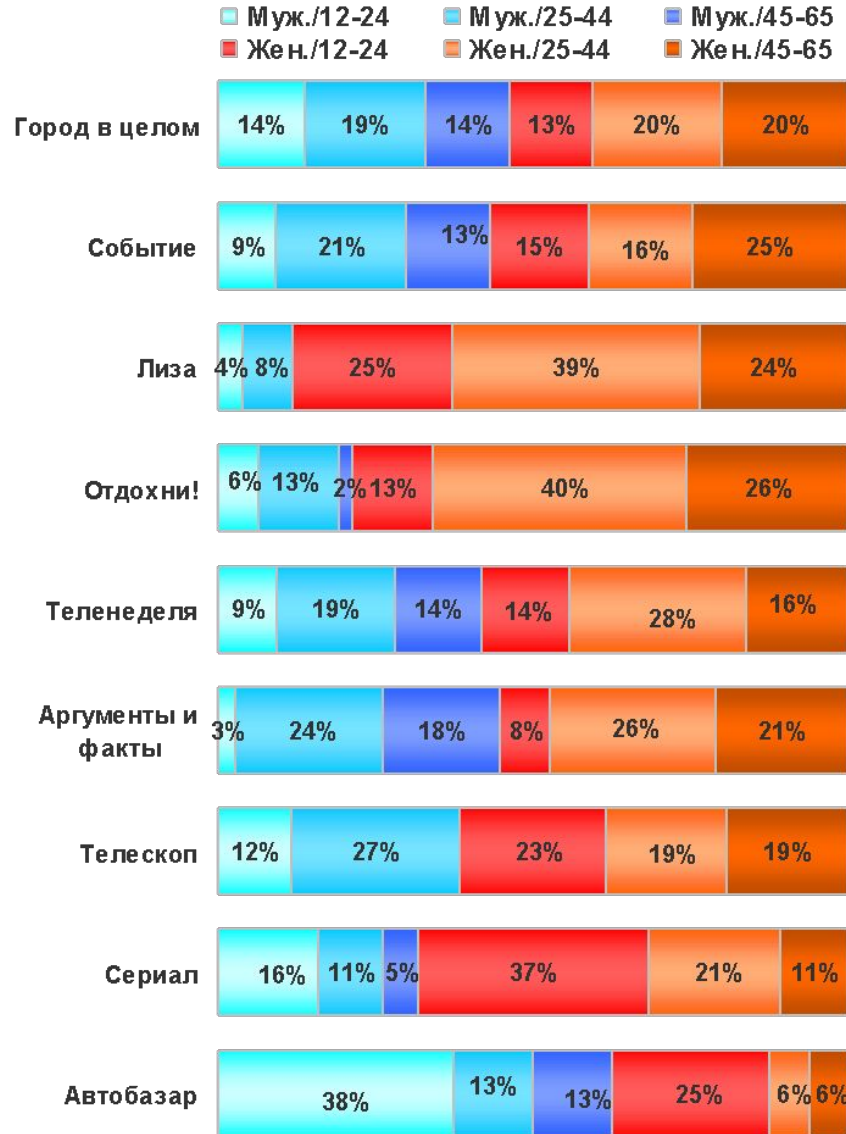
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

ПОЛ/ВОЗРАСТ



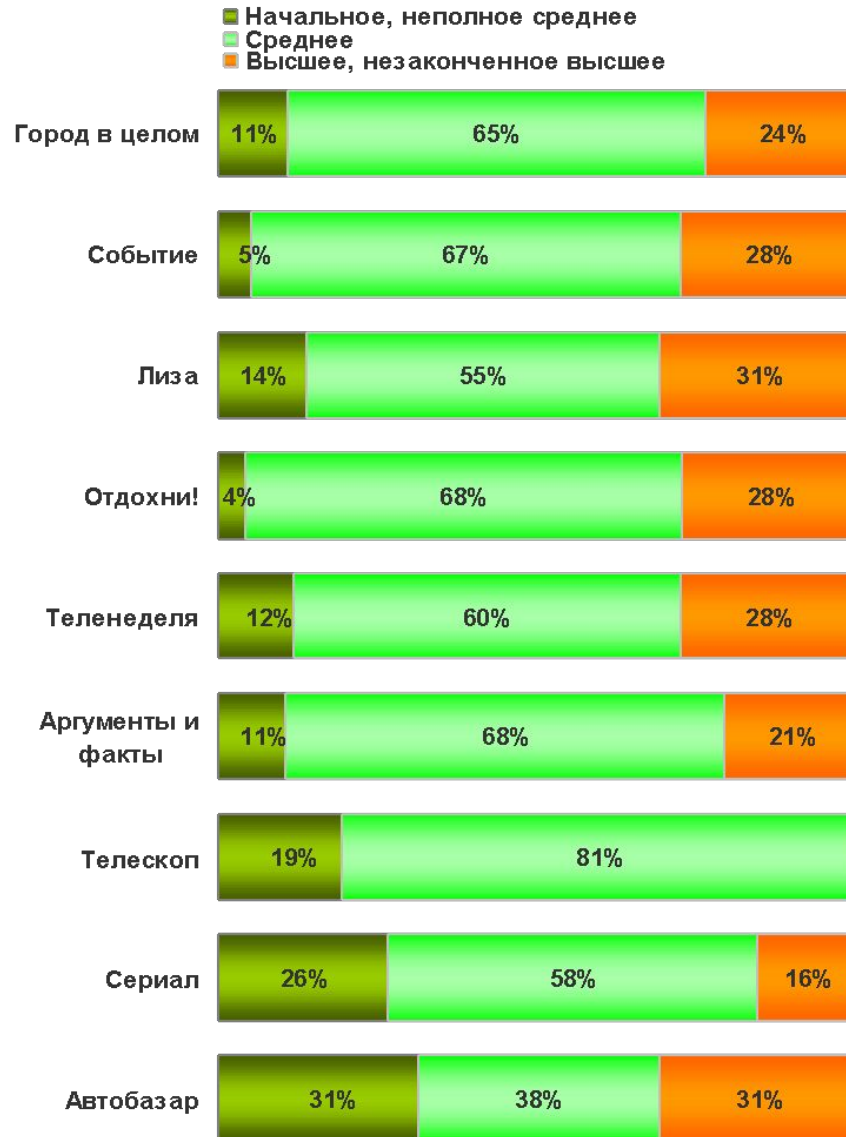
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

ОБРАЗОВАНИЕ



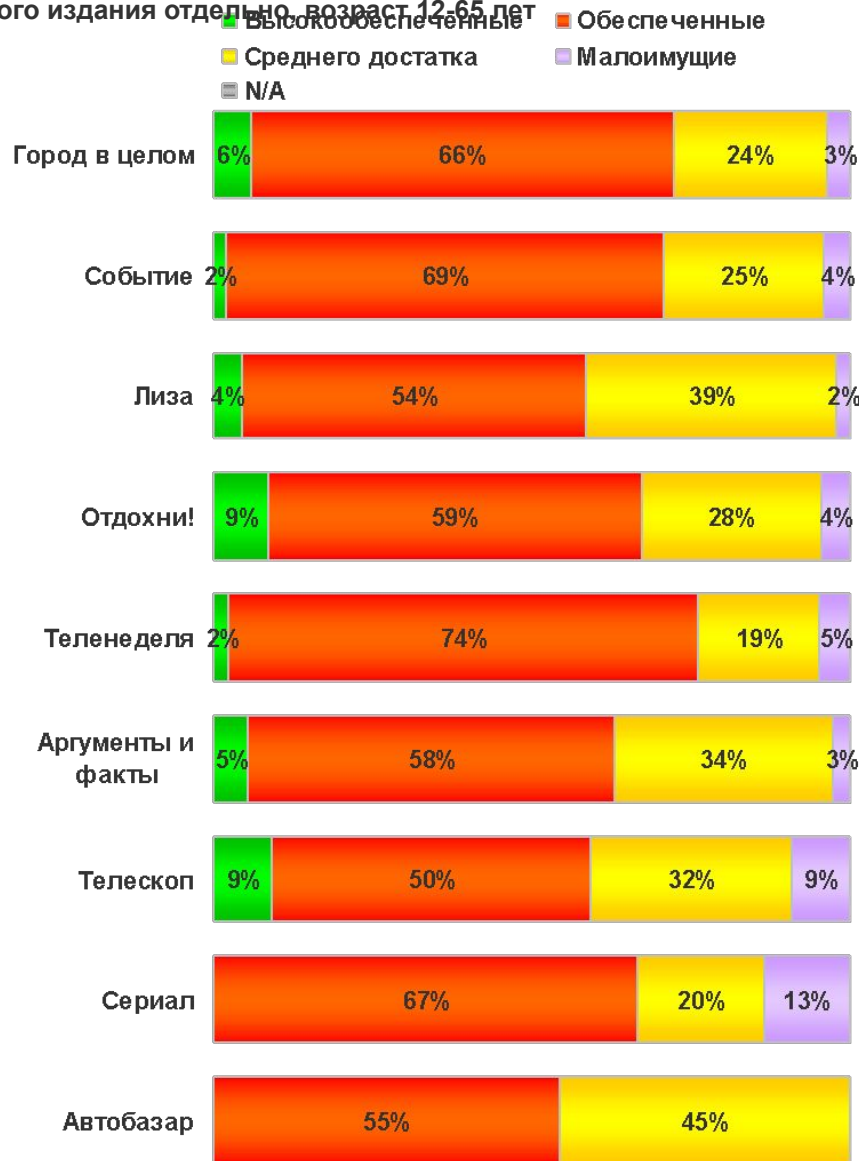
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



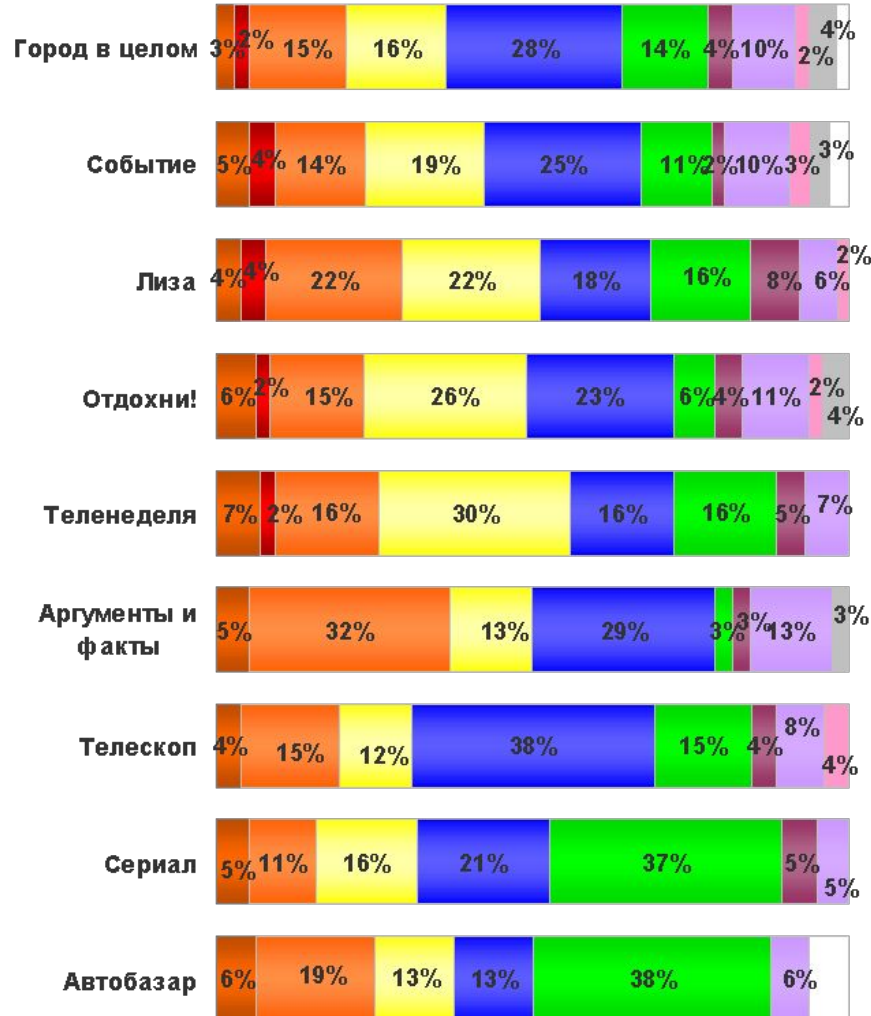
СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС



СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ. ДНЕПРОДЗЕРЖИНСК



the sixth sense of business™

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

НАЛИЧИЕ АВТОМОБИЛЯ

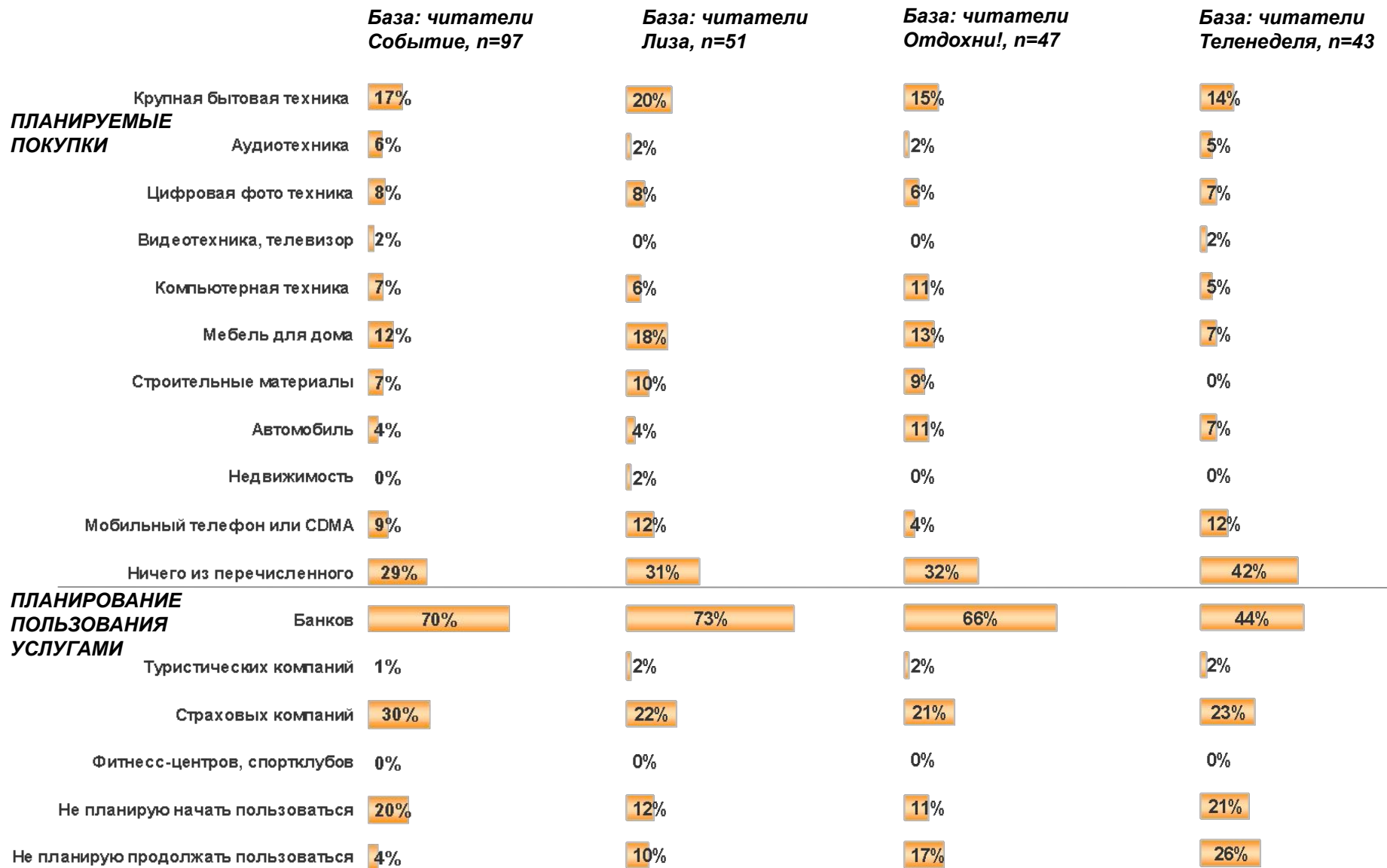


СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ ПЛАНИ ПОКУПКИ.ПРОДОЛЖЕНИЕ



the sixth sense of business™

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



СРАВНЕНИЕ СОСТАВА АУДИТОРИЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ ПЛАНИРОВАННОЙ ПОКУПКИ



the sixth sense of business™

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

	База: читатели Аргументы и факты, n=38	База: читатели Телескоп, n=26	База: читатели Сериал, n=19	База: читатели Автобазар, n=16	
ПЛАНИРУЕМЫЕ ПОКУПКИ	Крупная бытовая техника	13%	15%	16%	13%
	Аудиотехника	3%	0%	5%	0%
	Цифровая фото техника	3%	4%	5%	13%
	Видеотехника, телевизор	5%	0%	0%	6%
	Компьютерная техника	3%	4%	5%	0%
	Мебель для дома	8%	12%	26%	6%
	Строительные материалы	3%	4%	5%	6%
	Автомобиль	0%	4%	0%	13%
	Недвижимость	0%	0%	0%	0%
	Мобильный телефон или CDMA	5%	12%	11%	6%
Ничего из перечисленного	53%	35%	37%	38%	
ПЛАНИРОВАНИЕ ПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛУГАМИ	Банков	42%	62%	53%	63%
	Туристических компаний	3%	8%	0%	6%
	Страховых компаний	8%	23%	16%	25%
	Фитнесс-центров, спортклубов	0%	0%	0%	0%
	Не планирую начать пользоваться	18%	23%	26%	13%
	Не планирую продолжать пользоваться	40%	15%	26%	25%

Профиль пользователей Интернет

ПРОФИЛЬ: ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ



the sixth sense of business™

*** База: пользователи Интернет, n=29**

	Column %	Affinity Index
Пол/Возраст		
Муж./12-24	38%	279
Муж./25-44	21%	108
Муж./45-65	7%	51
Жен./12-24	17%	131
Жен./25-44	17%	85
Жен./45-65	0%	0
Финансовый* статус		
Высокообеспеченные	11%	176
Обеспеченные	57%	86
Среднего достатка	29%	117
Малоимущие	4%	103
N/A	0%	
Образование		
Начальное, неп. среднее	7%	64
Среднее	55%	85
Высшее, незак. высшее	38%	158
Занятость		
Работают	79%	115
Не работают	21%	67
Семейное положение*		
Женаты / Замужем	54%	81
Холосты / Не замужем	46%	137
Социальный статус		
Предприниматели	7%	246
Руководители	0%	0
Специалисты	28%	181
Служащие	21%	129
Рабочие	17%	62
Студенты, учащиеся	21%	152
Домохозяйки, мол. мамы	0%	0
Пенсионеры, инвал.	0%	0
Безработные	0%	0
Другое	3%	
N/A	3%	

	Column %	Affinity Index
Наличие автомобиля		
Да	28%	186
Нет	48%	75
N/A	24%	
Планируемые покупки		
Крупная бытовая техника	28%	181
Аудиотехника	7%	246
Цифровая фото техника	7%	133
Видеотехника, телевизор	3%	86
Компьютерная техника	0%	0
Мебель для дома	21%	199
Строительные материалы, окна, двери	10%	185
Автомобиль	14%	345
Недвижимость	0%	0
Мобильный телефон или CDMA телефон	10%	112
Ничего из перечисленного	28%	67
Планирование пользования услугами		
Банков	72%	140
Туристических компаний	10%	517
Страховых компаний	41%	259
Фитнесс-центров, спортклубов	0%	0
Не планирую начать пользоваться	14%	66
Не планирую продолжать пользоваться	10%	45

* 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 Днепродзержинске, 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	29	11,6	23,38
	Не пользовались	221	88,4	178,14
<i>Аудитория за 3 месяца (от пользователей Интернет)</i>				
1	Www.gorod.cn.ua	7	24,1	5,64
2	Www.ye.ua	4	13,8	3,22
3	Www.auto.ria.ua	4	13,8	3,22
4	Www.auto.molbuk.cv.ua	2	6,9	1,61
5	Www.ria.ua	2	6,9	1,61
6	Www.fresh.org.ua	1	3,4	0,81
7	Www.molbuk.cv.ua	1	3,4	0,81
8	Www.vechirka.ck.ua	1	3,4	0,81
9	Www.autoukraine.com.ua	1	3,4	0,81
10	Www.ogo.ua	1	3,4	0,81
11	Www.gazeta.rv.ua	1	3,4	0,81
12	Www.kafanews.com	0	0,0	0,00
13	Www.vidido.ua	0	0,0	0,00
14	Www.grivna.ks.ua	0	0,0	0,00
15	Www.dancor.sumy.ua	0	0,0	0,00
16	Www.telegraf.in.ua	0	0,0	0,00
17	Www.zhovta.ua	0	0,0	0,00
18	Www.mv.org.ua	0	0,0	0,00
19	Www.sobitie.com.ua	0	0,0	0,00
20	Www.adu.rel.com	0	0,0	0,00
21	Www.vsim.com.ua	0	0,0	0,00
22	Www.20minut.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	Никакой из перечисленных	11	37,9	8,87

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

Вопрос: Какие из перечисленных Интернет-сайтов Вы просматривали хотя бы один раз за последние 3 месяца?