

г. Петропавловск-Камчатский

10 июля 2015 г.

Аналитическая записка по опросу населения Петропавловска-Камчатского на тему: «Предпочтения населения в отношении радиостанций, вещающих на территории г. Петропавловска-Камчатского»

Опрос проводился независимой организацией «Инфоника», ООО.

Ни компания, ни руководство компании не являются выгодоприобретателями и не представляют интересов какой-либо радиостанции или людей, связанных с ней прямо или косвенно, способных спровоцировать конфликт интересов и повлиять на объективность результатов исследования.

Цель проведённого исследования – получение объективных данных о предпочтениях населения в отношении радиостанций, вещающих на территории г. Петропавловска-Камчатского.

Организационно-методологические аспекты исследования

Аудитория: генеральной совокупностью, из которой происходит отбор респондентов и на которую происходит распространение полученных результатов, является всё население г. Петропавловска-Камчатского в возрасте от 18 лет.

Метод сбора данных: выборочный опрос респондентов по заранее разработанной анкете.

Способ сбора данных: телефонное интервьюирование.

Место и время проведения опроса: входящие линии городской телефонной справочной службы в разное время (с 10:00 до 20:00) в рабочие дни.

Объём выборки: 384 человека при доверительной вероятности 95 % и доверительном интервале 4,99 %.

Тип выборки: квотная выборка – строится как модель, воспроизводящая структуру генеральной совокупности в виде квот (пропорций). Квоты устанавливаются пропорционально количеству населения города (139 842 человека) на основании статистических данных по состоянию на 01.01.2015 г.

Анкета: структурированная анкета с закрытыми, полужакрытыми и открытыми вопросами, с использованием номинальных, порядковых, интервальных и относительных шкал, предназначенная для заполнения интервьюером при телефонном опросе.

Контроль качества полученной информации:

- 1) визуальный – осуществляется контролёром во время проведения полевого этапа;
- 2) оценочно-корректировочный – осуществляется оценка корректности и корректировка данных в электронном массиве (проверка правильности и логичности введённой информации).

Время проведения полевого этапа: 1 волна, 1 неделя, июнь 2015 года.


Период опроса: с 07 июля 2015 г. по 09 июля 2015 г.

Предложение об участии в опросе было сделано 389 респондентам. Из них согласились участвовать 384 человека. С разделением по полу – 227 женщин и 157 мужчин.

Респондентам были заданы следующие вопросы:

1 вопрос. Скажите, за последние сутки какие радиостанции Вы слушали?

| Радиостанции | Варианты ответа | Человек | Всего, % | Мужчины, % | Женщины, % |
|---|------------------------------------|---------|-------------|---------------|---------------|
|  | Радио Дача (SQ003) | 88 | 22,9 | 17,20 | 26,87 |
|  | Европа плюс Камчатка (SQ007) | 85 | 22,14 | 25,48 | 19,82 |
|  | Авторадио (SQ001) | 61 | 15,89 | 14,01 | 17,18 |
|  | Love радио (SQ008) | 46 | 11,98 | 8,28 | 14,54 |
|  | Ретро ФМ (SQ005) | 43 | 11,20 | 10,83 | 11,45 |
|  | Радио СВ (SQ009) | 39 | 10,16 | 7,64 | 11,89 |
|  | Радио Маяк (SQ004) | 25 | 6,51 | 8,92 | 4,85 |
|  | Русское радио (SQ002) | 22 | 5,73 | 2,55 | 7,93 |

| | | | | | |
|---|------------------------------------|----|--------------|--------------|--------------|
|  | Наше радио (SQ013) | 18 | 4,69 | 7,01 | 3,08 |
|  | Хит ФМ (SQ006) | 13 | 3,39 | 4,46 | 2,64 |
|  | Радио России (SQ012) | 8 | 2,08 | 1,27 | 2,64 |
| | Затрудняюсь ответить (SQ011) | 20 | 5,21 | 7,64 | 3,52 |
| | Не слушаю радио (SQ010) | 69 | 17,97 | 17,83 | 18,06 |

Ответы на данный вопрос отображают показатель суммарного охвата слушателей. Результаты показали, что **17,97 % населения (25 129 человек)** вообще не слушают радио. Соответственно далее речь идет об аудитории численностью **114 713 человек**.

Среди радиостанций, осуществляющих вещание на территории Петропавловска-Камчатского, первое место (лидеры), и практически половину рынка, разделили между собой две радиостанции – **Радио Дача 22,92 % (26 292 человека)** и **Европа плюс Камчатка 22,14 % (25 397 человек)**. Второе место (фавориты) досталось **Авторадио – 15,89 % (18 227 человек)**. Третье место (последователи) разделили между собой **Love радио 11,98 % (13 742 человека)** и **Ретро ФМ 11,20 % (12 847 человек)**. Остальные в совокупности забирают на себя **37,77 % аудитории**.

Данные дополнительного анализа могут показать пересечение аудитории, т.е. какие радиостанции еще слушают.

Таблица пересечения аудитории радиостанции Радио Дача

| Варианты ответа | Человек | Всего, % |
|-----------------------|---------|----------|
| Авторадио (SQ001) | 15 | 17,05 |
| Русское радио (SQ002) | 10 | 11,36 |
| Радио Дача (SQ003) | 88 | 100,00 |
| Радио Маяк (SQ004) | 14 | 15,91 |
| Ретро ФМ (SQ005) | 16 | 18,18 |

| | | |
|----------------------|----|-------|
| Хит ФМ (SQ006) | 6 | 6,82 |
| Европа плюс (SQ007) | 11 | 12,50 |
| Love радио (SQ008) | 8 | 9,09 |
| Радио СВ (SQ009) | 14 | 15,91 |
| Радио России (SQ012) | 5 | 5,68 |
| Наше радио (SQ013) | 5 | 5,68 |

Таблица пересечения Аудитории Европа плюс Камчатка

| Варианты ответа | Человек | Всего, % |
|-----------------------|---------|----------|
| Авторadio (SQ001) | 15 | 17,65 |
| Русское радио (SQ002) | 6 | 7,06 |
| Радио Дача (SQ003) | 11 | 12,94 |
| Радио Маяк (SQ004) | 7 | 8,24 |
| Ретро ФМ (SQ005) | 10 | 11,76 |
| Хит ФМ (SQ006) | 6 | 7,06 |
| Европа плюс (SQ007) | 85 | 100,00 |
| Love радио (SQ008) | 15 | 17,65 |
| Радио СВ (SQ009) | 6 | 7,06 |
| Радио России (SQ012) | 4 | 4,71 |
| Наше радио (SQ013) | 6 | 7,06 |

Данные по пересечению аудитории других радиостанций могут быть представлены по запросу.

2 вопрос. Когда слышите радиорекламу, какие Ваши действия?

| Варианты ответа | Человек | Всего, % | Мужчины, % | Женщины, % |
|---------------------------------|---------|----------|------------|------------|
| Слушаю рекламу (SQ001) | 249 | 71,97 | 78,15 | 82,54 |
| Переключаю радиостанцию (SQ002) | 77 | 22,25 | 32,77 | 20,11 |
| Затрудняюсь ответить (SQ003) | 37 | 10,69 | 14,29 | 10,58 |

Подавляющее большинство респондентов слушает рекламу, но не все, – из общего количества радиослушателей выпадают потенциально привлекательные для рекламодателя 22,25 % (25 523 человека) – довольно серьезная цифра. В итоге остаются 89 189 человек, на которых может воздействовать радиореклама, при этом стоит учитывать доленое распределение.

3 вопрос. Чего, по Вашему мнению, не хватает в радиоэфире?

Ответ на этот вопрос дает руководителям радиостанций представление о потребностях аудитории и направлениях, в которых необходимо развивать радиовещание.

Общие цифры показывают следующее.

| Варианты ответа | Человек | Всего, % |
|--|---------|----------|
| Все устраивает (SQ001) | 148 | 42,77 |
| Новой музыки (SQ002) | 71 | 20,52 |
| Передач о повседневной жизни Камчатки (SQ003) | 47 | 13,58 |
| Шоу и викторин (SQ004) | 19 | 5,49 |
| Тематических передач (авто, еда, развлечения, здоровье, стройка и т. д.) (SQ005) | 29 | 8,38 |
| Местных ведущих (SQ006) | 15 | 4,34 |
| Затрудняюсь ответить (SQ007) | 43 | 12,43 |

При необходимости с целью проверки достоверности полученных данных компания «Инфоника» имеет возможность предоставить результаты исследования – телефонные интервью были записаны, опрос проводился анонимно.

Данные были собраны и обработаны специализированным программным обеспечением LimeSurvey Версия 2.05+ Build 150520

Отказ от ответственности. Компания «Инфоника», ООО снимает с себя любую ответственность за прямые или косвенные финансовые или репутационные убытки, которые может повлечь за собой принятие управленческих решений при использовании выше изложенной информации читателем настоящего отчета. Данная аналитическая записка носит информационный характер. Компания «Инфоника» предупреждает, что для решения конкретных маркетинговых бизнес-задач требуется частное исследование, позволяющее предварительно изучить положение и статус бизнеса.

Генеральный директор ООО «Инфоника» Е. В. Чайников