

Середньодобове слухання радіо в авто зросло на 4%

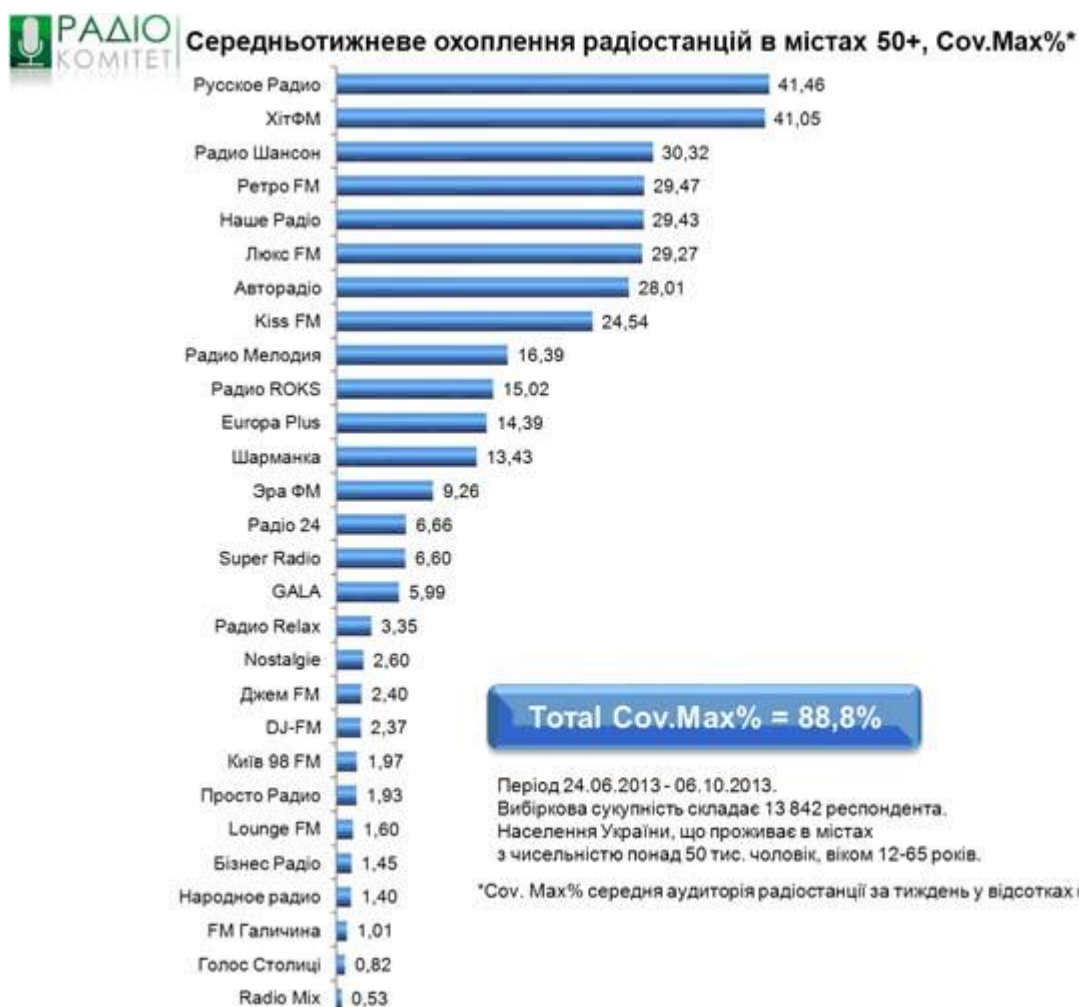
«Радіокомітет»

06.11.2013 13:32

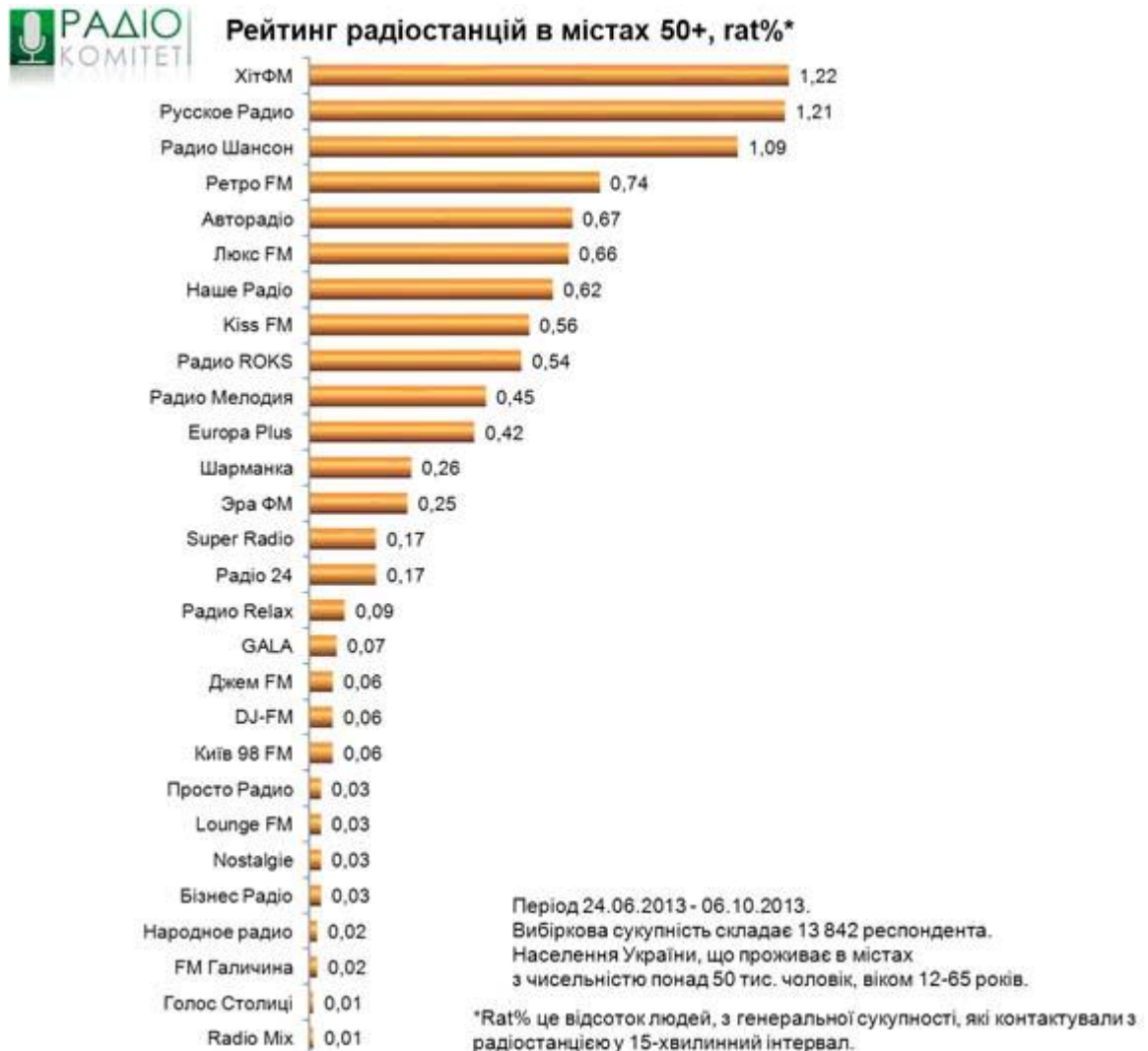
«Радіокомітет» оприлюднив результати дослідження радіослухання в містах з населенням понад 50 тис. осіб у період з 24 червня по 10 жовтня 2013 року. Нагадаємо, дослідження* проводить компанія GfK на замовлення міжгалузевого об'єднання «Радіокомітет».



За даними дослідження, кількість українців, котрі контактують із радіо впродовж тижня, залишилась без суттєвих змін - 88,8%.



«До трійки лідерів за динамікою росту середньодобового охоплення увійшли "Русское радио", "Еуропа Plus та радіо Relax. Трійка радіостанцій, котрі у даний період найбільше втратили за аналогічним показником - радіо "Шансон", "Ретро FM" та Super Radio», - відзначила маркетинг-директор «ТАВР Медіа» **Оксана Шавель**.

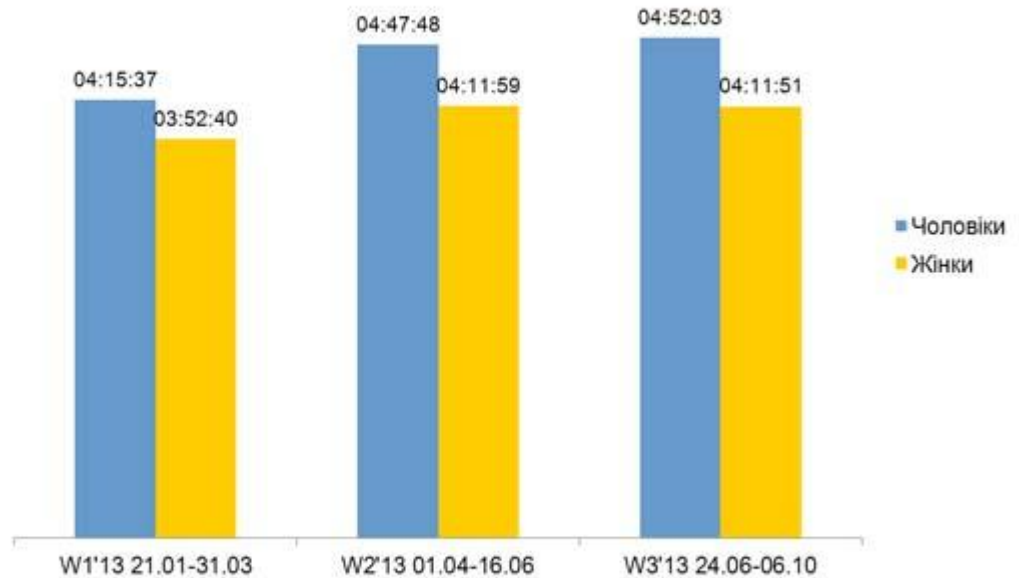


У «Радіокомітеті» констатували, що радіо у 2013 році не лише досягло високих результатів за слуханням та охопленням, але й міцно закріпилась на досягнутому. «Порівняно з початком року, загальний рейтинг радіо зріс на 12,6%», - відзначила **Євгенія Курмаз**, маркетинг-директор радіогрупи УМХ.

Відповідно, зросли показники й найбільших холдингів. За словами Оксани Шавель, «частка слухання радіостанцій "ТАВР Медіа" складає практично 32%. За середню добу радіостанції групи охоплюють 43%, за тиждень - 69% слухачів країни (міста 50 тис.+)». «Якщо порівняти, наприклад, з аналогічними показниками (rat%) кінця 2012 року, УМН наростило 30,77%», - говорить Євгенія Курмаз.

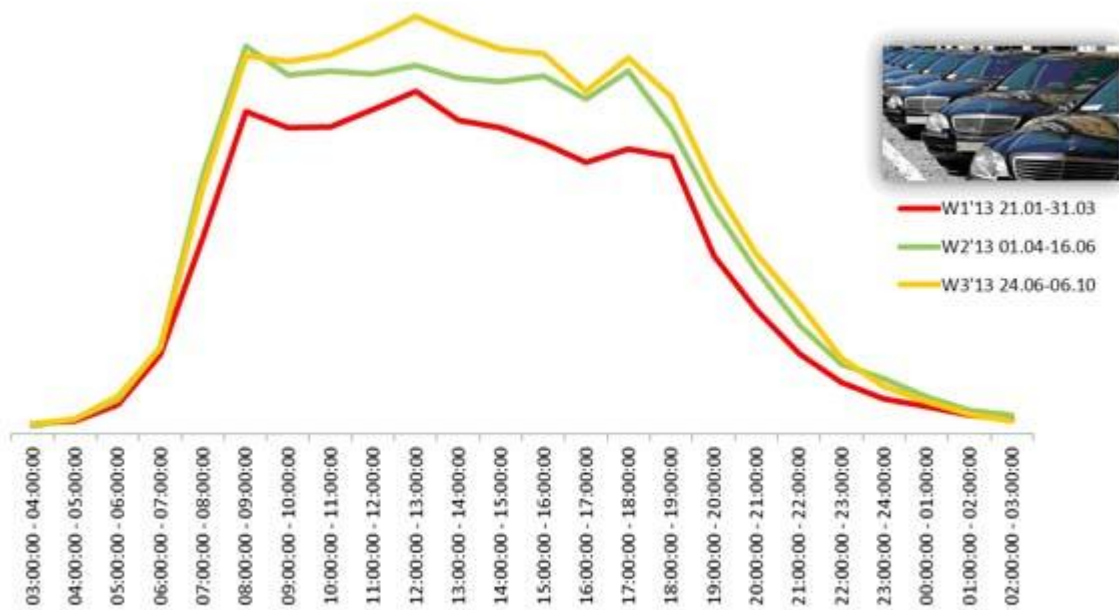


Середня тривалість слухання радіо серед радіослухачів у містах 50+, ats



Період першої хвилі (W1'13) - 21.01.2013 - 16.06.2013, період другої хвилі (W2'13) - 01.04.2013 - 16.06.2013, період третьої хвилі (W3'13) 24.06.2013 - 06.10.2013
Вибіркова сукупність (W1'13) складає 14 036 респондентів, W2'13 - 12 596 респондентів, W3'13 - 13 842 респондента Населення України, що проживає в містах з чисельністю понад 50 тис. чоловік, віком 12-65 років.

Експерти відзначають, що радіо залишається у фаворі серед чоловічої аудиторії. До того ж, як зазначає Оксана Шавель, «цікавим акцентом цієї хвилі стали дані про зростання слухання радіо в автівіці за середню добу на 4% порівняно з аналогічним періодом минулого року».



Період першої хвили (W1'13) - 21.01.2013 - 16.06.2013, період другої хвили (W2'13) - 01.04.2013 - 16.06.2013, період третьої хвили (W3'13) 24.06.2013 - 06.10.2013
 Вибіркова сукупність (W1'13) складає 14 036 респондентів, W2'13 - 12 596 респондентів, W3'13 - 13 842 респондента
 Населення України, що проживає в містах з чисельністю понад 50 тис. чоловік, віком 12-65 років.

*Rat% це відсоток людей, з генеральної сукупності, які контактували з радіостанцією у 15-хвилинний інтервал в авто

«Ми бачимо зростання слухання радіо в авто з певними піками - у ранковий, обідній та вечірній час. Однак ці піки не занадто вибиваються із загального слухання впродовж дня, що дозволяє планувати оптимальні за ціною рекламні кампанії, - говорить виконавчий віце-президент групи «АДВ Україна» з медіасервісу та голова міжгалузевого об'єднання «Радіокомітет» **Олександр Барановський**. - Крім того, графік чітко демонструє, що радіо залишається одним із тих медіа, котре рівномірно впродовж дня може охопити мобільну та забезпечену (судячи з наявності авто) аудиторію, яка є в принципі важкодоступною».

Довідка:

* Дослідження Radio Research проводиться компанією GfK Ukraine методом комп'ютеризованого телефонного опитування слухання за вчорашній день Day after recall CATI (DAR CATI) на замовлення міжгалузевого індустріального об'єднання «Радіокомітет». Опитування проводиться серед населення України, що мешкає в містах із населенням 50 тисяч +, у віці 12-65 років. Дані поточної хвили дослідження охоплюють період з 24 червня по 10 жовтня 2013 року. Обсяг вибірки - 13 842 респондента.