

Перша хвиля дослідження радіослухання в містах 50 тис.+, січень-березень 2014 року  
«Радіокомітет»  
19.05.2014 20:10

Радіокомітет оприлюднив дані першої хвилі дослідження радіослухання в містах 50 тис.+ за 2014 рік



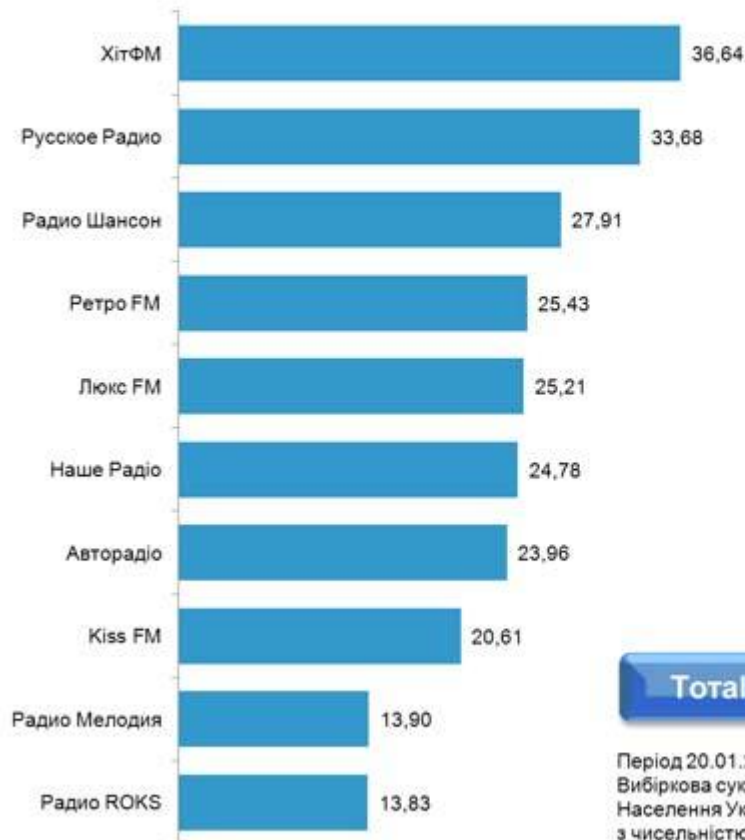
Міжгалузеве індустріальне об'єднання «Радіокомітет» оприлюднило результати першої хвилі дослідження радіо слухання в містах із населенням понад 50 тис. осіб, проведеного компанією GfK на замовлення «Радіокомітету». Перша хвиля ще містить інформацію про радіослухання в Криму, однак у наступній поставці очікуються зміни.

Дані першої хвилі охоплюють період з 20 січня по 30 березня 2014 року. Опитування проводилося серед населення України, що мешкає в містах із населенням 50 тис.+, у віці від 12 до 65 років. Вибірка складала 14 530 респондентів.

За даними дослідження, кількість українців, які контактують із радіо впродовж тижня, становить 83,05%. До трійки лідерів за середньотижневим охопленням увійшли «Хіт ФМ», «Русское Радио», «Шансон». За складом учасників трійка лідерів залишається стабільною тривалий час, що говорить про стабільність уподобань радіоаудиторії.



**Середньотижнєве охоплення  
ТОП-10 мережевих радіостанцій,  
Cov.Max%\*, W1'14 PD 20.01-30.03**



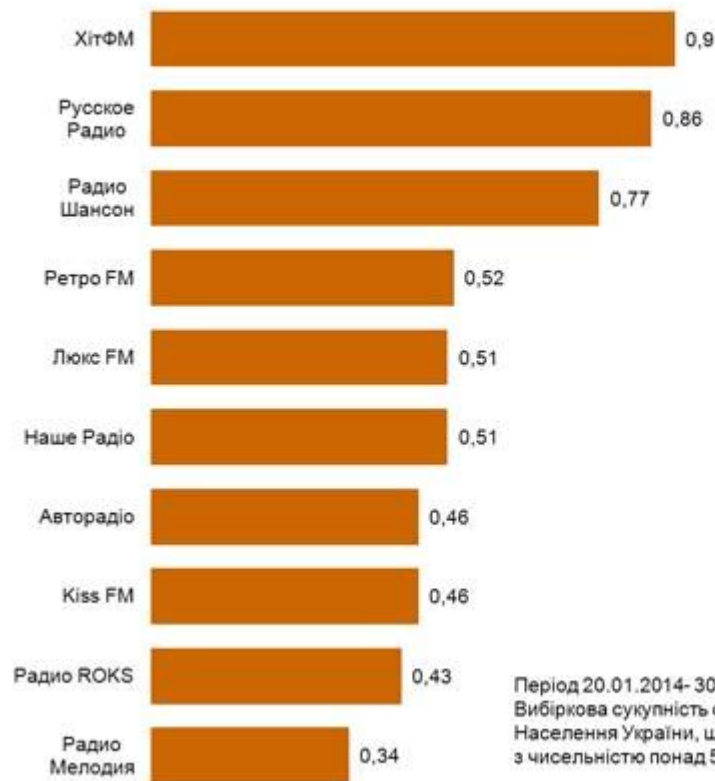
**Total Cov.Max% = 83,05%**

Період 20.01.2014 - 30.03.2014.  
Вибіркова сукупність складає 14 530 респондента.  
Населення України, що проживає в містах  
з чисельністю понад 50 тис. чоловік, віком 12-65 років.  
\*Cov. Max% середня аудиторія радіостанції за тиждень  
у відсотках в містах 50+

Ті ж самі радіостанції посіли перші місця і в рейтингу мережевих радіостанцій.



## Рейтинг ТОП-10 мережевих радіостанцій, rat% W1'14 20.01-30.03



Період 20.01.2014- 30.03.2014.  
Вибіркова сукупність складає 14 530 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.

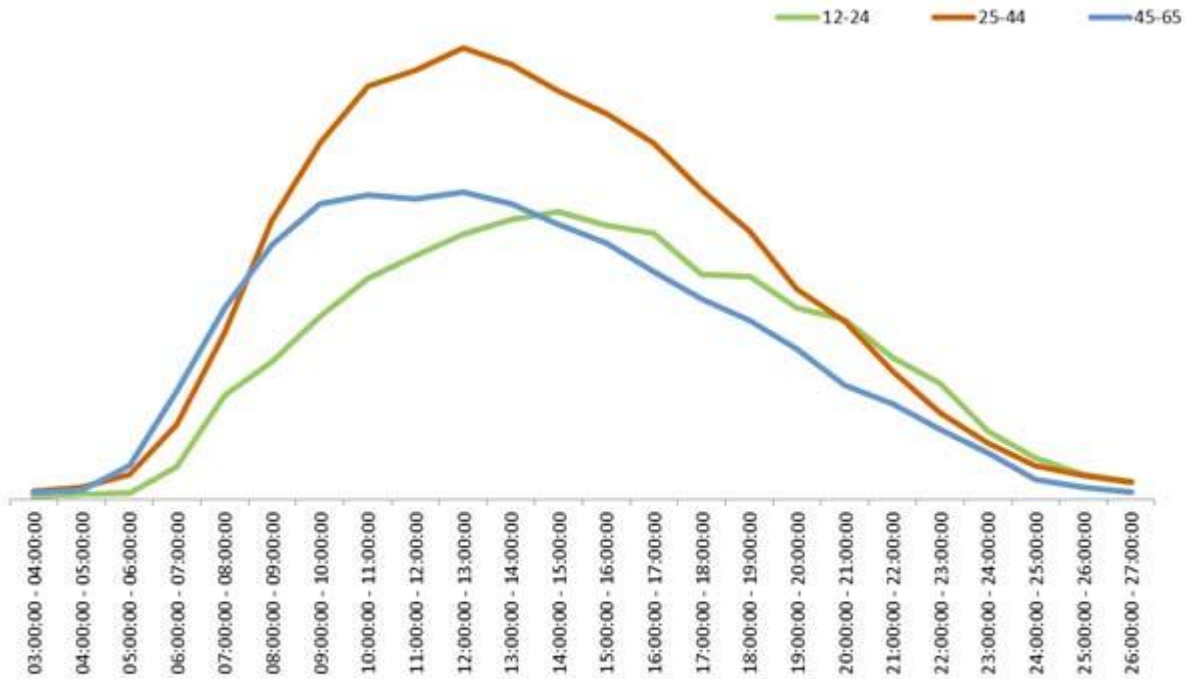
Головна тенденція, викликана подіями в країні, - ріст станцій новинного формату («Голос столиці», «Радіо Ера», тощо), зазначає **Леся Костроміна**, директор з преси та радіо групи «АДВ Україна». *«Майже не змінилось нічого для першої двійки лідерів: «Хіт ФМ» та «Русского радио», однак у наступній п'ятірці відбулись деякі перестановки - «Ретро FM», «Наше радіо» піднялись у першу п'ятірку, і знизився рейтинг радіостанції Kiss FM, яка в минулій хвилині посідала місце в першій четвірці»*, - додає вона.

*«Найголовніше, що підтвердила перша хвиля - радіо продовжує користуватись попитом серед слухачів. Незважаючи на ситуацію в країні, потреба людей у радіо не знизилась, а в деяких випадках навіть зросла»*, - каже маркетинг-директор «ТАВР Медіа» **Оксана Шавель**.

Найбільш активною аудиторією радіостанцій за результатами дослідження слухання впродовж дня з (8:00 до 21:00) залишається приваблива для рекламодавців - жителі України у віці від 25 до 44 років. Зранку, з 5:00 до 8:00, найбільше слухає радіо група віком 45-65 років, а після 21:00 до опівночі більше, ніж інші групи, слухають молоді люди віком 12-24 роки.



## Динаміка слухання радіо протягом дня різними віковими групами, rat%



Період 20.01.2014- 30.03.2014.

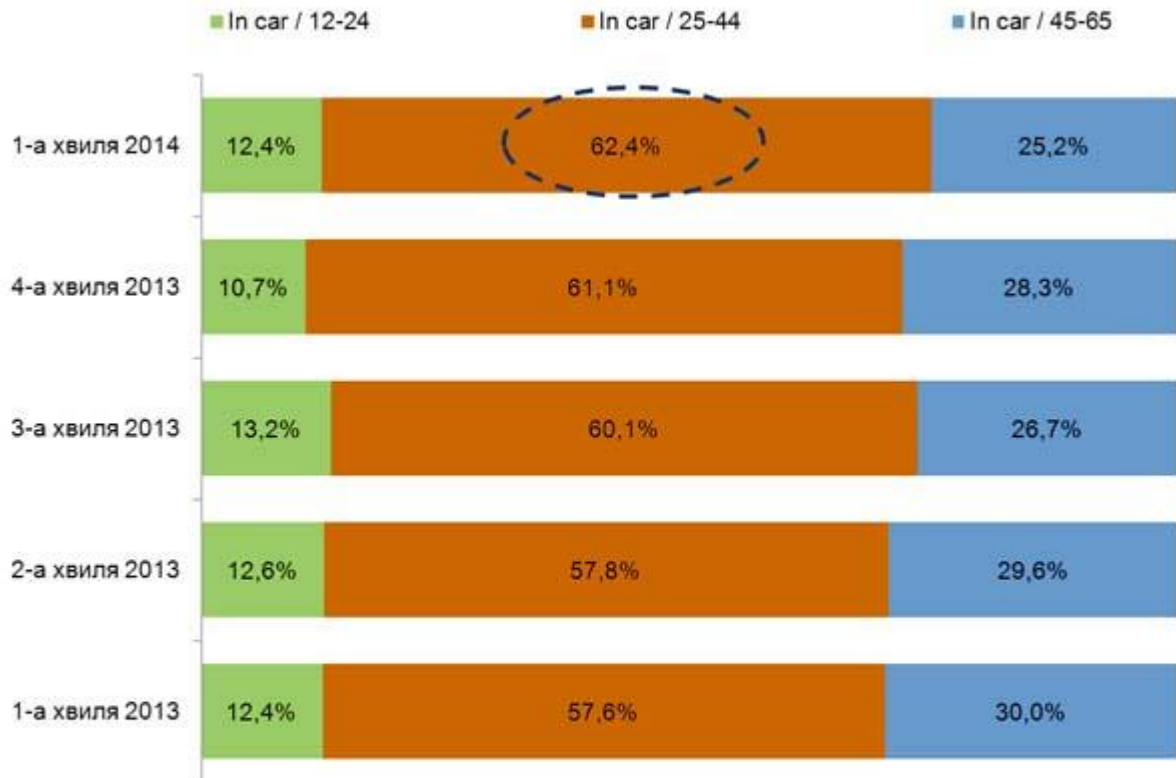
Вибіркова сукупність складає 14 530 респондента.

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.

*«Ми спостерігаємо зростання слухання радіо в авто найактивнішої та найцікавішої для рекламодавців частини цільової аудиторії (від 25 до 44 років). У порівнянні із першою хвилиною 2013 року приріст склав майже 5%, - каже керівник напрямку «Радіо та Преса» компанії GroupM Ігор Романенко. - Радіо в авто - унікальний медіаносій. Люди часто сприймають авто як свій особистий світ, і без перешкод потрапити у цей світ може лише радіо, яке водій сам вмикає і слухає із задоволенням, отримуючи позитивні емоції та оперативну інформацію. І таких молодих забезпечених водіїв стає все більше».*

## Динаміка вікової структури тих, хто слухає радіо в авто, adh%



Серед радіослухачів, які слухають радіо в авто, статистично значимо зросла частка вікової групи 25-44 роки, на кінець першого кварталу 2014 року вона становить 62,4%, тоді як на кінець першого кварталу 2013 року вона була 57,6%

Географія даних, що надається користувачам дослідження, буде тимчасово [вимушено скоригована](#). Наступна, друга хвиля дослідження за 2014 рік не міститиме даних по Криму. Про це повідомив координатор «Радіокомітету», керівник Дослідницького центру НАМ **Віталій Гордузенко**. «У зв'язку з тим, що на даний момент у Криму вимикають українські радіостанції «Радіокомітет» прийняв рішення тимчасово, починаючи з другої хвилі 2014 року, припинити дослідження радіослухання на півострові. Як тільки відновиться повноцінний ефір українських радіостанцій, поставка даних по Криму також відновиться. Маємо надію, що ринок поставиться до цього з розумінням».

**Довідки:**

*«Радіокомітет» - міжгалузеве об'єднання, до якого входять два найбільші радіохолдинги України - група ТАВР, Український медіахолдинг, три мережеві рекламні агенції (Publicis Groupe, група «АДВ Україна», Group M) та, в якості керівного партнера, - Незалежна асоціація телерадіомовників(НАМ). «Радіокомітет» об'єднує майже 100% ринку радіо.*

*«Радіокомітет» створений наприкінці 2007 року задля запуску єдиного галузевого дослідження радіоаудиторії, яким користуються як самі радіостанції, так і рекламні агенції під час планування рекламних кампаній.*

***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 тис.+, у віці 12-65 років. Дані поточної хвили дослідження охоплюють період з 20 січня по 30 березня 2014 року. Обсяг вибірки - 14 530 респондентів.*