

АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И МОСКВЕ



Данные представлены исследовательской компанией КОМКОН-СПб по результатам мониторинга аудитории радиостанций, вещающих в Санкт-Петербурге и Москве.

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЙ

Генеральная совокупность (ГС)

– население Санкт-Петербурга (включая пригороды), в возрасте 12 лет и старше – 4 млн 154,9 тыс. человек;
– население Москвы (включая пригороды), в возрасте 12 лет и старше – 7 млн 245 тыс. человек.

Сроки проведения последней волны исследования – сентябрь–октябрь 1999 года.

Инструмент и метод исследования – телефонный опрос “Day-after-Recall” (вспоминание вчерашнего слушания) с использованием комплекса САТИ (Computer assisted telephone interviewing system). Комплекс САТИ позволяет организовать проведение опроса не с домашних телефонов, а из офиса, используя “бесбумажную” технологию (номера телефонов и тексты вопросов появляются на экране оператора-интервьюера). Такой метод дает возможность контролировать процесс интервью на каждом рабочем месте и исключить ошибки интервьюеров.

Выборка – случайная, трехступенчатая. На первом этапе из базы всех АТС города случайным образом выбирается номер АТС (первые три цифры телефонного номера). На втором этапе генератором случайных чисел формируются четыре последние цифры, база номеров проверяется на наличие повторов и исключаются телефоны учреждений. В случае дозвона в квартиру происходит отбор респондента по схеме Гессе (Голландия), обеспечивающей наилучшее соответствие выборки структуре населения.

Размер выборки – 3745 человек в каждом из городов (107 человек ежедневно в течение 5 недель).

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Объем ежедневной аудитории радиостанции – количество слушателей радиостанции, слышавших ее хотя бы раз в течение суток. В таблицах представлен в виде процентов от ГС и в виде статистической оценки абсолютного значения ежедневной

аудитории в тысячах человек.

Объем еженедельной аудитории радиостанции – количество слушателей радиостанции, слышавших ее хотя бы раз в течение недели.

Индекс относительного соответствия (Affinity) – умноженное на сто отношение рейтинга радиостанции в целевой группе населения к ее рейтингу среди населения в целом.

ОБЪЕМ ЕЖЕДНЕВНОЙ АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ (С.-ПЕТЕРБУРГ)

Радиомониторинг, сентябрь–октябрь 1999 г.

Радиостанции	Тыс.чел.	%ГС
Радио в целом	2810	67,6
Эфирное вещание	1914	46,1
Трансляционная сеть	1438	34,6
ГТС-Радио Петербург (в целом)	1300	31,3
ГТС-Радио Петербург (1-я progr.)	1283	30,9
Радио Балтика	585	14,1
ЕвропаПлюс	580	13,9
Русское радио	466	11,2
Радио Максимум	455	11,0
Маяк (в целом)	436	10,5
Радио Модерн	396	9,5
Мелодия	361	8,7
Эльдорадио	345	8,3
Радио Русский шансон	285	6,9
Маяк (2-я программа)	229	5,5
Радио Рекорд	184	4,4
Радио Хит 90,6FM	181	4,4
Радио Рокс	155	3,7
Радио России (в целом)	138	3,3
Ностальжи	135	3,3
Супер Радио (107,8FM)	82	2,0
Радио России (3-я программа)	75	1,8
Эхо Петербурга	54	1,3
Радио Свобода	44	1,1
Радио 1	43	1,0
Северная Столица	36	0,9
Радио Ленинград 107,4FM	29	0,7
Голос Америки	25	0,6
Радио Гардарики	19	0,5
БИНЫСИ	18	0,4
Немецкая волна	16	0,4
Радио Теос	12	0,3
Надежда	11	0,3
Юность—Молодежный канал	11	0,3
Классика-Петербург	10	0,3
Радио Варяг	5	0,1
Радио Мария	2	*

ОБЪЕМ ЕЖЕДНЕВНОЙ АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ (МОСКВА)

Радиомониторинг, сентябрь–октябрь 1999 г.

Радиостанции	Тыс.чел.	%ГС
Радио в целом	4415	60,9
Эфирное вещание	3192	44,1
Трансляционная сеть	1664	23,0
Радио России (в целом)	1291	17,8
Радио России (1-я программа)	1209	16,7
Русское радио	953	13,2
Маяк (в целом)	845	11,7
ЕвропаПлюс	804	11,1
ХитFM	578	8,0
Маяк (2-я программа)	576	8,0
Радио на 7 холмах	458	6,3
Эхо Москвы	429	5,9
Радио Максимум	406	5,6
Авторadio народная марка	385	5,3
Наше радио	321	4,4
Маяк (эфирное вещание)	315	4,4
РДВ 105,2FM	287	4,0
Серебряный дождь	262	3,6
Ретро радио	261	3,6
Станция 2000	242	3,3
Ностальжи	234	3,2
Говорит Москва (в целом)	230	3,2
Говорит Москва (3-я программа)	186	2,6
Радио Классика	159	2,2
Радио Хит	156	2,2
Радио 104,2FM Надежда	109	1,5
Радио России (эфирное вещ.)	108	1,5
Радио Спорт	108	1,5
Радио Свобода	103	1,4
Радио 101	89	1,2
Открытое радио	82	1,1
Милицейская волна	80	1,1
Радио Рокс	68	0,9
Говорит Москва	56	0,8
Народное радио	44	0,6
Юность	44	0,6
Орфей	36	0,5
Немецкая волна	26	0,4
ВВС	20	0,3
Радио 1	20	0,3
Славянка	15	0,2
Голос России	13	0,2
Голос Америки	13	0,2
Радонеж	13	0,2
Московия	13	0,2
Резонанс	8	0,1
Радио Подмосковье	8	0,1
Народная волна	7	0,1

ЕЖЕДНЕВНЫЕ АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ. РУКОВОДИТЕЛИ (С.-ПЕТЕРБУРГ)

Радиомониторинг, сентябрь–октябрь 1999 г.

	Тыс. чел.	% от общей целевой аудитории	% от р.д.	Affinity
Радио Свобода	6	2,8	13,6	267
Мелодия	34	16,0	9,4	185
Радио Русский шансон	26	12,3	9,1	179
Радио Рокс	14	6,6	9,0	177
Эльдорадио	30	14,2	8,7	170
Русское радио	35	16,5	7,5	147
Радио Хит 90,6	13	6,1	7,2	141
Европа Плюс	40	18,9	6,9	135
Маяк	16	7,6	6,8	132
Радио Балтика	39	18,4	6,7	131
Радио Модерн	25	11,8	6,3	124
Радио Максимум	27	12,7	5,9	116
Ностальжи	8	3,8	5,9	116
Радио Рекорд	8	3,8	4,4	85
ГТС-Радио Петербург (в целом)	55	25,9	4,2	83

ЕЖЕДНЕВНЫЕ АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ. РУКОВОДИТЕЛИ (МОСКВА)

Радиомониторинг, сентябрь–октябрь 1999 г.

	Тыс. чел.	% от общей целевой аудитории	% от р.д.	Affinity
Открытое радио	19	3,0	23,2	261
Эхо Москвы	99	15,4	23,1	260
Серебряный дождь	51	7,9	19,5	220
Ностальжи	37	5,8	15,8	178
Радио 101	14	2,2	15,7	178
Радио 104,2 fm/Надежда	17	2,7	15,6	176
Маяк (эфирное вещание)	47	7,3	14,9	168
Радио России (эфирное вещание)	16	2,5	14,8	167
Радио Спорт	15	2,3	13,9	157
Ретро радио	36	5,6	13,8	156
Радио 7 на 7 холмах	63	9,8	13,8	155
Радио Свобода	14	2,2	13,6	153
Маяк в целом	111	17,3	13,1	148
Авторадио				
Народная марка	50	7,8	13,0	147
Радио Классика	20	3,1	12,6	142
Наше радио	37	5,8	11,5	130
Маяк (2-я программа)	66	10,3	11,5	129
Хит FM	63	9,8	10,9	123
Говорит Москва (в целом)	25	3,9	10,9	123
РДВ 105,2 fm	29	4,5	10,1	114
Русский хит	15	2,3	9,6	109
Европа Плюс	75	11,7	9,3	105
Говорит Москва (3-я программа)	17	2,7	9,1	103
Русское радио	86	13,4	9,0	102

ПРИМЕЧАНИЕ. Радиостанции отранжированы по индексу соответствия в целевой группе.

АНКЕТА ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ КОМПАНИИ «КОМКОН-СПБ»

РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Исследования рынка и средств массовой информации, консультации в области маркетинга и рекламы.

ТИПОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

– R-TGI – исследование целевых групп потребителей товаров и услуг, изучение стиля жизни потребителей и отношения к центральным и местным средствам массовой информации (ежеквартально в 42 городах России, более 30 000 респондентов за год);

– мониторинг аудиторий радиостанций в Санкт-Петербурге и Москве (ежеквартально, телефонный опрос с использованием системы CATI, 3745 респондентов в каждом городе за одну волну);

– тестирование концептуальной модели рекламы на стадии креативной разработки;

– оценка восприятия рекламных материалов (аудио- и видеоролики, постеры и т.д.);

– пост-оценка эффективности рекламной кампании;

– тестирование упаковок;

– изучение потребительского спроса, позиционирование марок;

– тестирование музыкальных блоков для радиостанций;

– консультации в области медиапланирования.

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Личные и телефонные интервью, business-to-business, групповые дис-

куссии, in-hall-tests (тестирование рекламы, продуктов и упаковок).

УНИКАЛЬНЫЕ МЕТОДИКИ И ОБОРУДОВАНИЕ

– CATI – компьютерная система телефонных опросов со специальным оборудованием для проведения тестирования аудиоматериалов (музыкальные блоки, рекламные ролики) по телефону;

– российский индекс целевых групп (R-TGI);

– комната с односторонним зеркалом, видео- и аудиооборудование для проведения фокус-групп и глубинных интервью;

– программный пакет IMS (позиционирование марок, определение целевых групп, факторный анализ, медиапланирование).

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ ИССЛЕДОВАНИЙ

Санкт-Петербург, Москва, более 40 городов во всех регионах России, включая Сибирь и Дальний Восток, Киев, Минск, Алма-Ата, Ташкент.

Почтовый адрес:

191119, Санкт-Петербург, Днепропетровская ул., д. 8.

E-mail: andrewt@comcon.spb.ru

Адрес офиса:

Санкт-Петербург, Днепропетровская ул., д. 8, офис 83.

Телефон (812) 164-00-79.

Факс (812) 166-80-49.

Генеральный директор:

Громова Евгения Игоревна.

Руководитель отдела “Client Service”:

Терентьев Андрей Николаевич.

АУДИТОРИИ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



Данные предоставлены компанией "Комкон СПб" по результатам исследования потребительского рынка R-TGI – Российский индекс целевых групп (Russian Target Group Index).

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Генеральная совокупность – население Санкт-Петербурга (включая пригороды) в возрасте 10 лет и старше – 4 млн 295 тыс. человек;

Сроки проведения исследования – июль–август 1999 года.

Метод исследования: для сбора данных применялась комбинированная технология:

– интервью типа «face-to-face» по вопросам семейного потребления, состава и других параметров семьи с домохозяйкой/домохозяином;

– самозаполнение всеми членами семьи в возрасте 10 лет и старше анкет об индивидуальном потреблении, медиапредпочтениях и стиле жизни.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Объем аудитории одного номера издания – количество читателей одного номера периодического издания. В таблицах представлен в виде процента от ГС и в виде статистической оценки абсолютного значения аудитории одного номера в тыс. чел.

Индекс относительного соответствия (Affinity) – умноженное на сто отношение рейтинга издания в целевой группе населения к его рейтингу среди населения в целом.

АУДИТОРИИ ОДНОГО НОМЕРА ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

Июль–август 1999 г.

Еженедельные издания	Тыс.чел.	%ГС
Санкт-Петербургские ведомости	518	12,1
Из рук в руки	408	9,5
Реклама-шанс	309	7,2
Комсомольская правда	269	6,3
Смена	229	5,3
Вести	221	5,2
МК (кроме воскресной)	166	3,9
Известия	153	3,6
Вечерний Петербург	145	3,4
Деловой Петербург	120	2,8
Советский Спорт	102	2,4
Невское время	98	2,3
Петербургский Час пик	97	2,3
Коммерсантъ-daily	91	2,1
Спорт-Экспресс	50	1,2
Российская газета	46	1,1

Еженедельные издания	Тыс.чел.	%ГС
ЦентрPlus	913	21,3
Аргументы и Факты	877	20,4
Панорама ТВ	783	18,2
Экстра-Балт	669	15,6
Метро	502	11,7
Программа передач ТВ и Р	362	8,4
Комсомольская правда (толстушка)	347	8,1
Петровский курьер	345	8,0
Калейдоскоп	328	7,6
Кроссворд (Калейдоскоп)	283	6,6
Асток-Пресс	268	6,2
Нескучай	249	5,8
Петербургский телезритель	234	5,5
Вне закона (Калейдоскоп)	222	5,2
МК в Питере	181	4,2
Привет, Петербург!	181	4,2
Вокруг смеха (Калейдоскоп)	175	4,1
Компьютер-пресс	171	4,0
Отдохни	161	3,8
Лига	159	3,7
Мегалополис-Экспресс	156	3,6
МК-Воскресенье	153	3,6
ТВ Парк	133	3,1
Cool	128	3,0
НЛЮ (Калейдоскоп)	122	2,8
Версия	119	2,8
Здоровье (приложение к АиФ)	109	2,5
Еженедельник 24 часа	101	2,4
Cool girl	93	2,2
АиФ Любовь	92	2,1
Экспресс-газета	92	2,1
Авторево	89	2,1
Телевидение, Радио	85	2,0
Собеседник	81	1,9
Утро Петербурга	81	1,9
АиФ Суббота—Воскресенье	79	1,8
Телевик	78	1,8
Я молодой (приложение к АиФ)	78	1,8
Интим-калейдоскоп	75	1,8
Московские новости	74	1,7
Работа для Вас	68	1,6
Автомир	66	1,5
Семь дней	64	1,5
Тусовочка (Калейдоскоп)	61	1,4
Реклама-плюс	59	1,4
Вести (по субботам)	57	1,3
Вот так!	54	1,3
Экономика и жизнь	53	1,2
Петербург-экспресс	47	1,1
Шанс для всех	46	1,1
Литературная газета	42	1,0
Приглашаем на работу	41	1,0

Ежемесячные издания	Тыс.чел.	%ГС
СПИД-Инфо	360	8,4
Совершенно секретно	211	4,9
Cosmopolitan	167	3,9
5 колесо	82	1,9
Зарулем	80	1,9
Криминальная хроника	75	1,8
Страна игр	75	1,8
Burda Moden	71	1,7
Playboy	69	1,6
СПИД-Инфо Новый Декамерон	65	1,5
5 колесо	64	1,5
Натали	60	1,4
Интербизнес	59	1,4
Elle	57	1,3
Интерьер дизайн	46	1,1
Здоровье (журнал)	44	1,0
Мир ПК	42	1,0
РИО (Каталог кач. товаров и услуг)	42	1,0
Game.exe	41	1,0
Stereo Video	41	1,0

РУКОВОДИТЕЛИ

Июль–август 1999 г.

	Тыс.чел.	%отвсех целевых групп	аудитория % от ГС	Affinity
Коммерсантъ-daily	48	13,6	52,8	581
МК в Питере	80	22,6	47,3	522
Деловой Петербург	56	15,8	46,7	514
Вечерний Петербург	55	15,5	37,9	418
МК (кроме воскресной)	54	15,3	32,5	359
Вести	63	17,8	30,1	332
Комсомольская правда	77	21,8	28,6	316
Реклама-шанс	75	21,2	24,3	268
Санкт-Петербургские ведомости	122	34,5	23,6	260
Комс. правда (толстушка)	77	21,8	22,2	245
Смена	47	13,3	21,8	240
СПИД-Инфо	69	19,5	20,6	227
Петровский курьер	67	18,9	20,2	222
Кроссворд (Калейдоскоп)	51	14,4	18,9	208
Из рук в руки	73	20,6	18,5	204
Нескучай	46	13,0	18,5	204
Калейдоскоп	53	15,0	17,5	193
Аргументы и факты	143	40,4	16,8	185
Экстра-Балт	84	23,7	13,6	150
Метро	48	13,6	10,0	111
Панорама ТВ	87	24,6	12,1	133
Программа передач ТВ и Р	43	12,2	11,9	131
Центр-Плюс	84	23,7	9,5	104

АУДИТОРИИ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ В МОСКВЕ



Данные предоставлены компанией «Комкон СПб» по результатам исследования потребительского рынка R-TGI – Российский индекс целевых групп (Russian Target Group Index).

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Генеральная совокупность – население Москвы (включая пригороды) в возрасте 10 лет и старше – 7 млн 738 тыс. человек.

Сроки проведения исследования – июль–август 1999 года.

Метод исследования: для сбора данных применялась комбинированная технология:

- интервью типа «face-to-face» по вопросам семейного потребления, состава и других параметров семьи с домохозяйкой/домохозяином;
- самозаполнение всеми членами семьи в возрасте 10 лет и старше анкет об индивидуальном потреблении, медиапредпочтениях и стиле жизни.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Объем аудитории одного номера издания – количество читателей одного номера периодического издания. В таблицах представлен в виде процента от ГС и в виде статистической оценки абсолютного значения аудитории одного номера в тысячах человек.

Индекс относительного соответствия (Affinity) – умноженное на сто отношение рейтинга издания в целевой группе населения к его рейтингу среди населения в целом.

АУДИТОРИИ ОДНОГО НОМЕРА ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

Июль–август 1999 г.

Ежедневные издания	Тыс. чел.	% ГС
МК (кроме воскресной)	1586	20,5
Из рук в руки	780	10,1
Метро	562	7,3
Вечерняя Москва	301	3,9
Комсомольская правда	259	3,4
Советский Спорт	223	2,9
Труд	216	2,8
Московская правда	206	2,7
Известия	192	2,5
Спорт-Экспресс	157	2,0
Коммерсантъ-daily	153	2,0
Советская Россия	108	1,4
Независимая газета	108	1,4
Новые известия	82	1,1

Ежедневные издания	Тыс. чел.	% ГС
Семь дней	1967	25,4
ЭкстраМ	1490	19,3
Аргументы и факты	1335	17,3
МК-Воскресенье	1102	14,2
Центрplus	999	12,9
ТВ Парк	906	11,7
Мегалполис-Экспресс	786	10,2
Лиза	676	8,7
Отдохни	567	7,3
Мир новостей	464	6,0
МК-Бульвар (Москва)	460	5,9
Комсомольская правда (толстушка)	331	4,3
Антенна	300	3,9
Здоровье (приложение к АиФ)	278	3,6
Cool	262	3,4
Вот так!	261	3,4
Клиент	233	3,0
Кроссворд (Калейдоскоп)	205	2,7
Cool girl	191	2,5
Труд-7	188	2,4
Работа для Вас	187	2,4
Тверская, 13	164	2,1
Товары и цены	151	2,0
АиФ Любовь	149	1,9
АиФ Суббота—Воскресенье	148	1,9
Версия	147	1,9
Автореаго	141	1,8
Я молодой (приложение к АиФ)	140	1,8
Тайная власть	133	1,7
Московские новости	130	1,7
Новая газета	124	1,6
Финансовая газета	117	1,5
Дочки-матери (приложение к АиФ)	115	1,5
Июли	113	1,5
Все каналы ТВ	105	1,4
Автомир	103	1,3
Футбол Советский спорт	99	1,3
Скандалы	96	1,2
Ваши ботокс	89	1,2
Досуг в Москве (Москва)	85	1,1
Завтра	85	1,1
Бизнес-реклама	85	1,1
Moscow News	82	1,1
Приглашаем на работу	82	1,1
Частная жизнь	81	1,1

Ежемесячные издания	Тыс. чел.	% ГС
СПИД-Инфо	527	6,8
Совершенно секретно	391	5,1
Cosmopolitan	214	2,8
За рулем	179	2,3
Караван историй	146	1,9
Burda Moden	145	1,9
Здоровье (журнал)	115	1,5
Домашний очаг (GH)	108	1,4
Playboy	104	1,3
СЮ	95	1,2
Дорожный патруль	90	1,2
Криминальная хроника	90	1,2
Наука и жизнь	86	1,1
СПИД-Инфо Новый Декамерон	80	1,0

РУКОВОДИТЕЛИ

Июль–август 1999 г.

	Тыс. чел.	% от всей целевой аудитории	% ауд.	Affinity
Товары и цены	49	9,2	32,5	428
За рулем	43	8,1	25,9	341
Известия	47	8,8	25,3	333
Московская правда	40	7,5	20,7	273
Совершенно секретно	76	14,3	19,7	260
Комсомольская правда (толстушка)	54	10,1	17,4	229
Cosmopolitan	30	5,6	15,5	204
Клиент	35	6,6	15,0	198
МК-Бульвар (Москва)	58	10,9	13,8	182
Аргументы и факты	160	30,0	12,4	163
МК-Воскресенье	117	22,0	11,5	152
Отдохни	57	10,7	11,5	152
МК (кроме воскресной)	166	31,1	11,1	146
ЭкстраМ	150	28,1	10,1	133
Из рук в руки	74	13,9	9,5	125
Метро	48	9,0	9,1	120
Семь дней	158	29,6	8,9	117
Центрplus	88	16,5	8,8	116
ТВ Парк	65	12,2	8,4	111
Мегалполис-Экспресс	59	11,1	8,1	106
Лиза	44	8,3	7,7	102

ПРИМЕЧАНИЕ. Издания отранжированы по индексу соответствия в целевой группе. В таблицы вошли только те издания, для которых индекс больше 100.