

Первоуральск, 2015



СОЦИАЛЬНО- ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ РАДИО «СВЕЖИЙ ВЕТЕР»

*Опрос проводился с 19 по 24 марта 2015 г. методом полуструктурированного интервью отделом маркетинга ООО «Первоуральская вещательная компания». Использовалась квотно-пропорциональная выборка, соответствующая социально-демографической структуре населения Первоуральска. Всего опрошено 360 чел., из них 43% мужчин и 57% женщин, в возрасте до 24 лет 14%, от 25 до 34 лет – 20%, от 35 до 44 лет – 20%, от 45 до 54 лет – 16%, старше 55 лет – 30%. Причем, 24% респондентов имеют среднее общее образование, 52% среднее-специальное, 24% высшее. Вероятная ошибка выборки составляет 5%. При использовании данных ссылка на ООО «Первоуральская вещательная компания» обязательна.

Слушаете ли Вы радио?

(в % от всех респондентов)

Слушаю, но не
местные
радиостанции

3%

Нет ответа

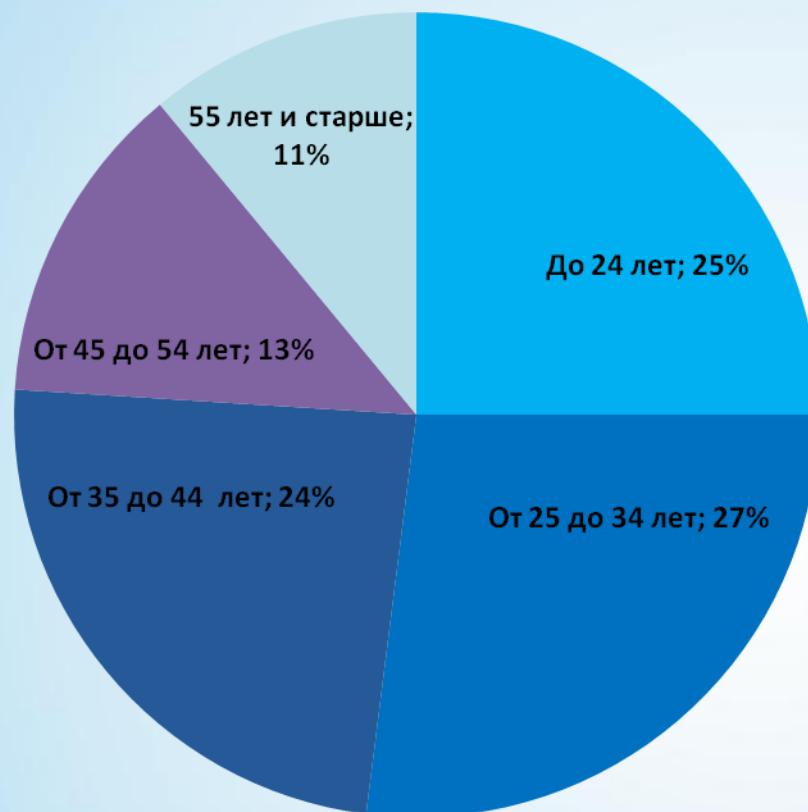
1%

Нет, не слушаю
38%

Да, слушаю
58%

Среди тех, кто слушает радио
47% слушает "Свежий ветер"

*Опрос проводился с 19 по 24 марта 2015 г. методом полуструктурированного интервью отделом маркетинга ООО «Первоуральская вещательная компания». Использовалась квотно-пропорциональная выборка, соответствующая социально-демографической структуре населения Первоуральска. Всего опрошено 360 чел., из них 43% мужчин и 57% женщин, в возрасте до 24 лет 14%, от 25 до 34 лет – 20%, от 35 до 44 лет – 20%, от 45 до 54 лет – 16%, старше 55 лет – 30%. Причем, 24% респондентов имеют среднее общее образование, 52% среднее-специальное, 24% высшее. Вероятная ошибка выборки составляет 5%. При использовании данных ссылка на ООО «Первоуральская вещательная компания» обязательна.

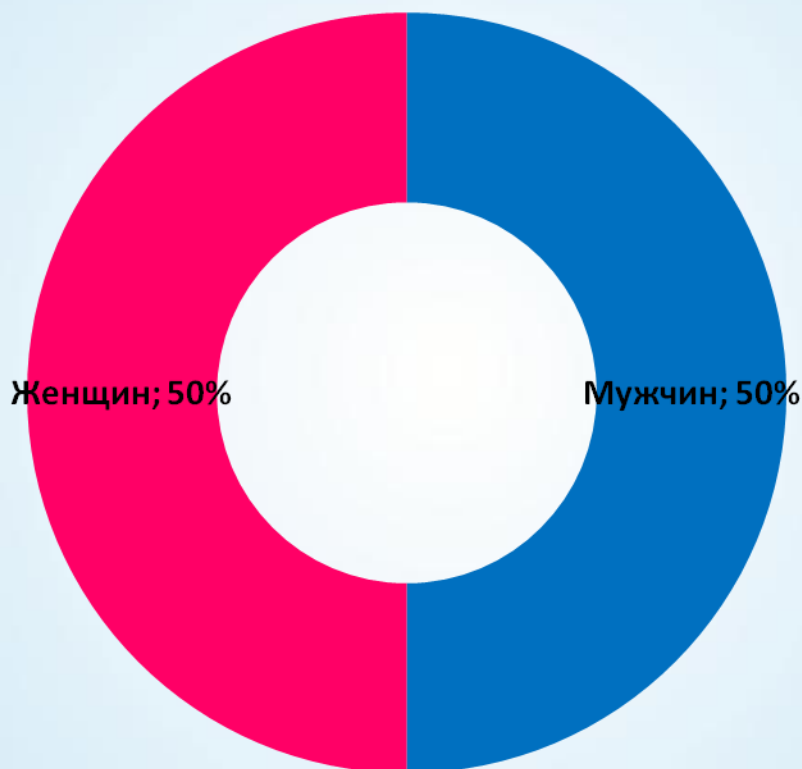


Возраст радиослушателей радио "Свежий ветер"

(в % от тех, кто слушает
"Свежий ветер" каждый день)

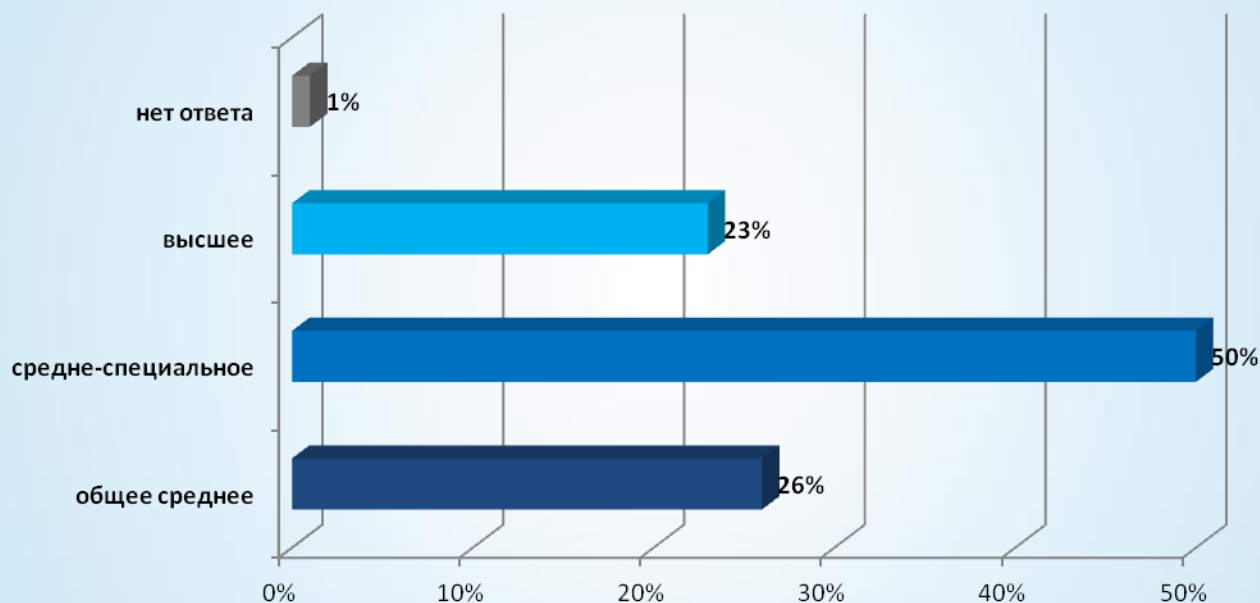
*Опрос проводился с 19 по 24 марта 2015 г. методом полуструктурированного интервью отделом маркетинга ООО «Первоуральская вещательная компания». Использовалась квотно-пропорциональная выборка, соответствующая социально-демографической структуре населения Первоуральска. Всего опрошено 360 чел., из них 43% мужчин и 57% женщин, в возрасте до 24 лет 14%, от 25 до 34 лет – 20%, от 35 до 44 лет – 20%, от 45 до 54 лет – 16%, старше 55 лет – 30%. Причем, 24% респондентов имеют среднее общее образование, 52% среднее-специальное, 24% высшее. Вероятная ошибка выборки составляет 5%. При использовании данных ссылка на ООО «Первоуральская вещательная компания» обязательна.

Распределение радиослушателей "Свежего ветра" по полу



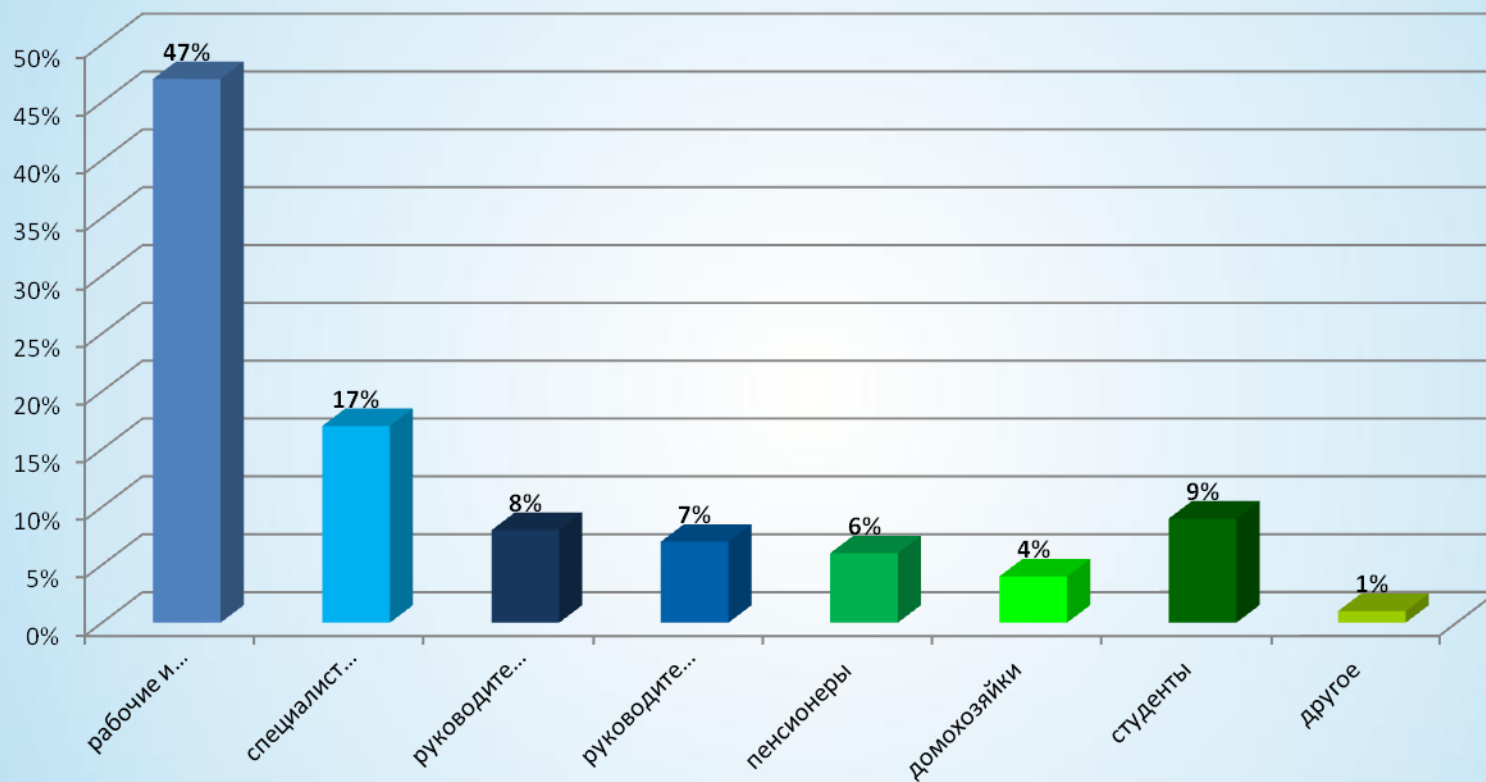
*Опрос проводился с 19 по 24 марта 2015 г. методом полуструктурированного интервью отделом маркетинга ООО «Первоуральская вещательная компания». Использовалась квотно-пропорциональная выборка, соответствующая социально-демографической структуре населения Первоуральска. Всего опрошено 360 чел., из них 43% мужчин и 57% женщин, в возрасте до 24 лет 14%, от 25 до 34 лет – 20%, от 35 до 44 лет – 20%, от 45 до 54 лет – 16%, старше 55 лет – 30%. Причем, 24% респондентов имеют среднее общее образование, 52% средне-специальное, 24% высшее. Вероятная ошибка выборки составляет 5%. При использовании данных ссылка на ООО «Первоуральская вещательная компания» обязательна.

Уровень образования радиослушателей "Свежего ветра"



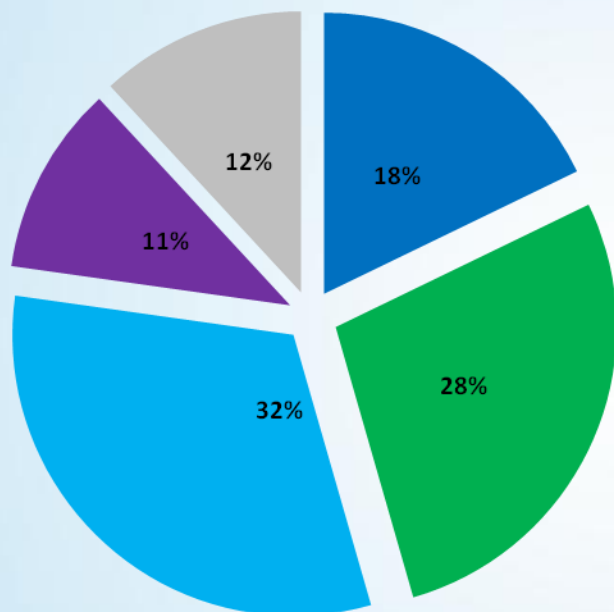
*Опрос проводился с 19 по 24 марта 2015 г. методом полуструктурированного интервью отделом маркетинга ООО «Первоуральская вещательная компания». Использовалась квотно-пропорциональная выборка, соответствующая социально-демографической структуре населения Первоуральска. Всего опрошено 360 чел., из них 43% мужчин и 57% женщин, в возрасте до 24 лет 14%, от 25 до 34 лет – 20%, от 35 до 44 лет – 20%, от 45 до 54 лет – 16%, старше 55 лет – 30%. Причем, 24% респондентов имеют среднее общее образование, 52% средне-специальное, 24% высшее. Вероятная ошибка выборки составляет 5%. При использовании данных ссылка на ООО «Первоуральская вещательная компания» обязательна.

Распределение радиослушателей "Свежего ветра" по социальному положению



*Опрос проводился с 19 по 24 марта 2015 г. методом полуструктурированного интервью отделом маркетинга ООО «Первоуральская вещательная компания». Использовалась квотно-пропорциональная выборка, соответствующая социально-демографической структуре населения Первоуральска. Всего опрошено 360 чел., из них 43% мужчин и 57% женщин, в возрасте до 24 лет 14%, от 25 до 34 лет – 20%, от 35 до 44 лет – 20%, от 45 до 54 лет – 16%, старше 55 лет – 30%. Причем, 24% респондентов имеют среднее общее образование, 52% среднее-специальное, 24% высшее. Вероятная ошибка выборки составляет 5%. При использовании данных ссылка на ООО «Первоуральская вещательная компания» обязательна.

Материальное положение радиослушателей "Свежего ветра"



- денег хватает только на питание и вещи первой необходимости
- бытовую технику и мебель можем купить только в кредит
- для покупки бытовой техники и мебели кредит не нужен
- могут позволить себе отдых за границей, покупку новой машины или строительство
- затрудняюсь ответить

*Опрос проводился с 19 по 24 марта 2015 г. методом полуструктурированного интервью отделом маркетинга ООО «Первоуральская вещательная компания». Использовалась квотно-пропорциональная выборка, соответствующая социально-демографической структуре населения Первоуральска. Всего опрошено 360 чел., из них 43% мужчин и 57% женщин, в возрасте до 24 лет 14%, от 25 до 34 лет – 20%, от 35 до 44 лет – 20%, от 45 до 54 лет – 16%, старше 55 лет – 30%. Причем, 24% респондентов имеют среднее общее образование, 52% среднее-специальное, 24% высшее. Вероятная ошибка выборки составляет 5%. При использовании данных ссылка на ООО «Первоуральская вещательная компания» обязательна.