



ROSSEL
MEDIA BULGARIA

MARKET
Test

Профил на читателите и оценка на вестник “Анонс”

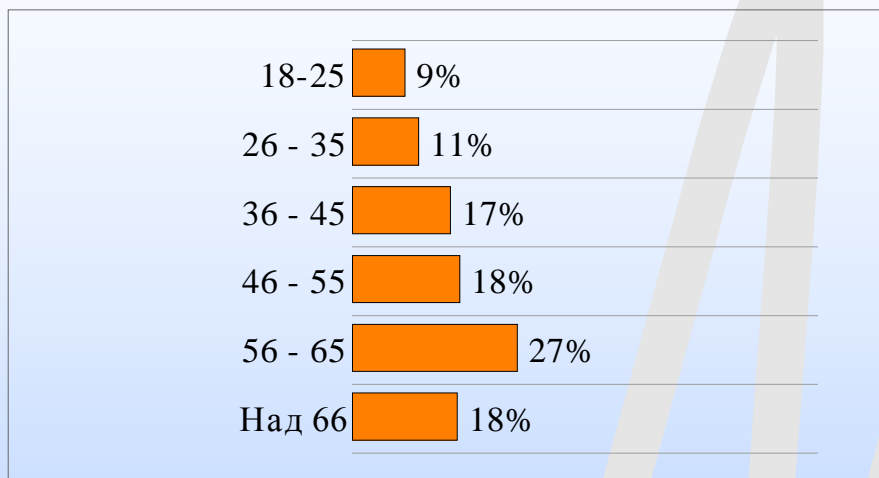
Количествено изследване
Май, 2011

Методология

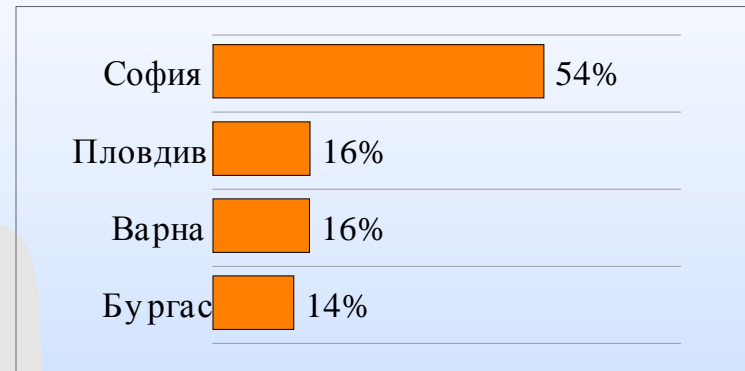
- **Тип на изследването:** *Количествено*
- **Метод:** *Пряко лично интервю, PAPI*
- **Дизайн на извадка:** *Хора на възраст над 18 години, които са чели вестник “Анонс” през последните две седмици*
- **Размер на извадката:** *612*
- **Населено място:** *София, Пловдив, Варна, Бургас*
- **Теренна работа:** *9^{ти} Май, 16^{ти} Май, 30^{ти} Май*

Демографски и социален профил на респондентите (1 от 3)

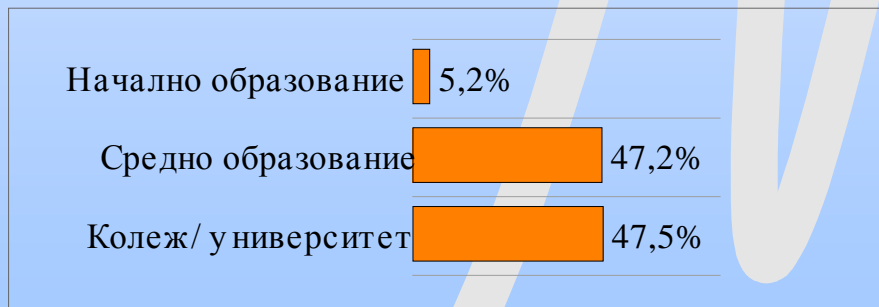
... Възраст



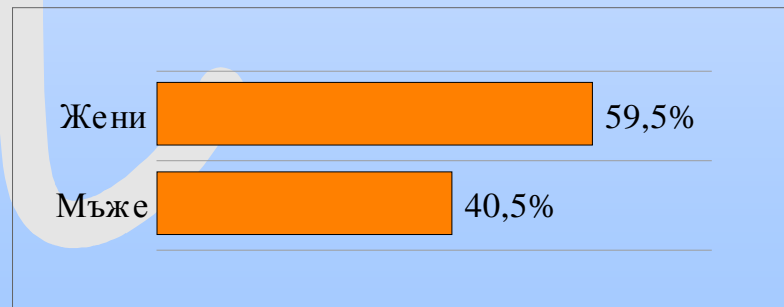
... Населено място



... Образование



... Пол



... Заетост



... Семейно положение



Познатост на седмични вестници

Спонтанна познатост

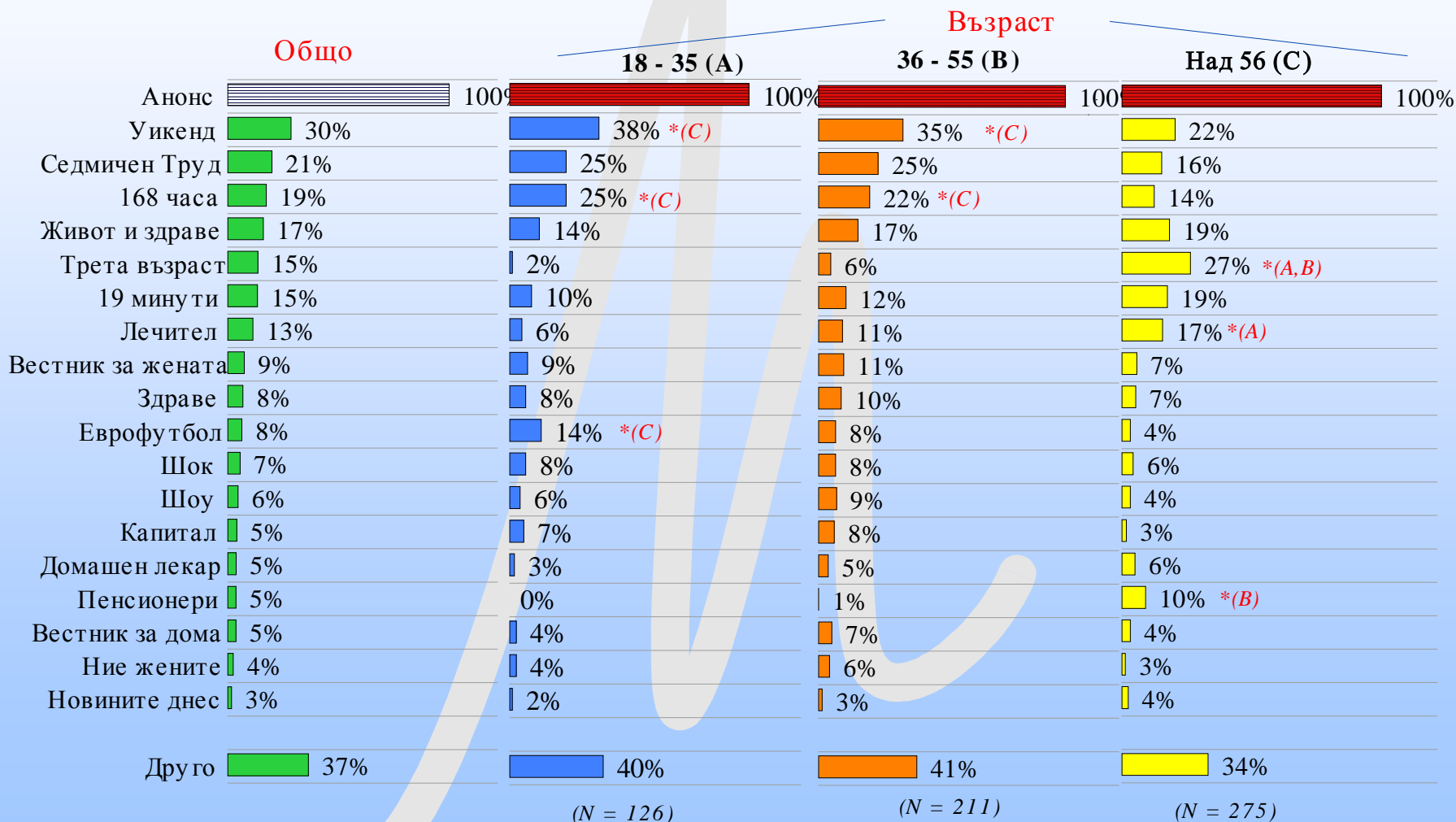


Подпомогната познатост



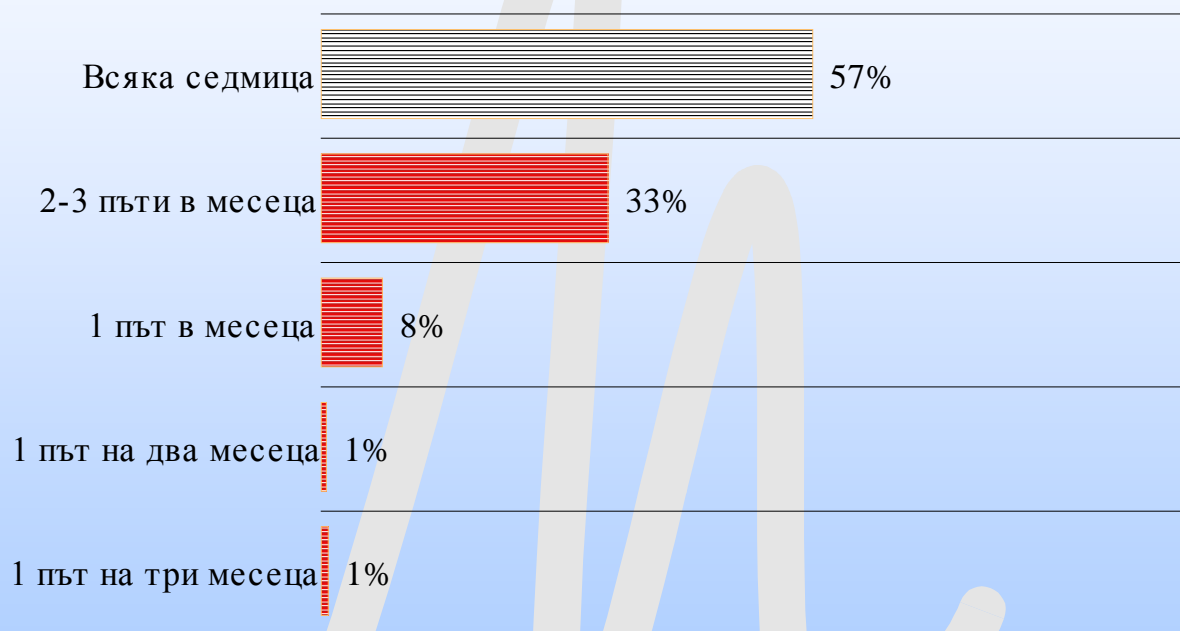
Употреба на седмични вестници

Кои от тези седмични вестници, за които казахте, че сте чували, сте чели през последните 2 седмици?



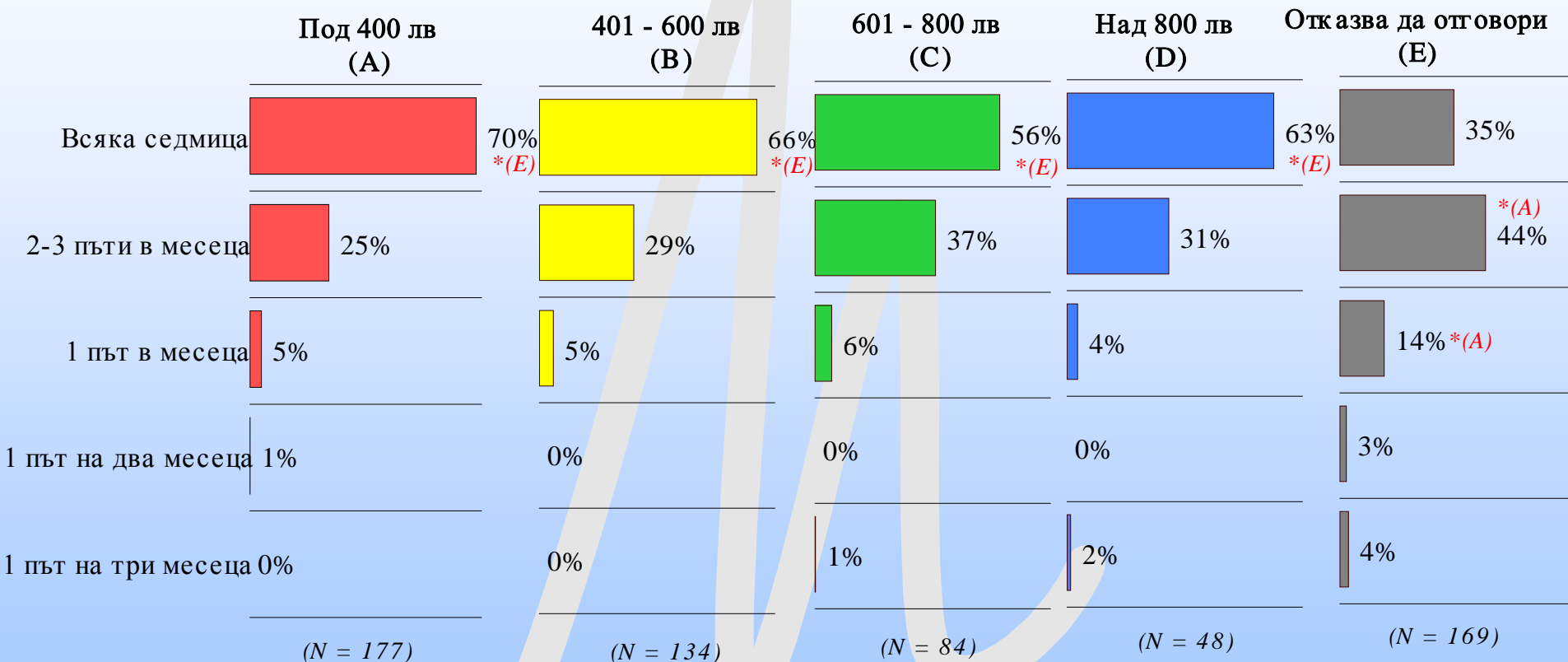
*Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.

Колко често четете вестник "Анонс"?



Честота на четене на вестник "Анонс" по доход

Колко често четете вестник "Анонс"?

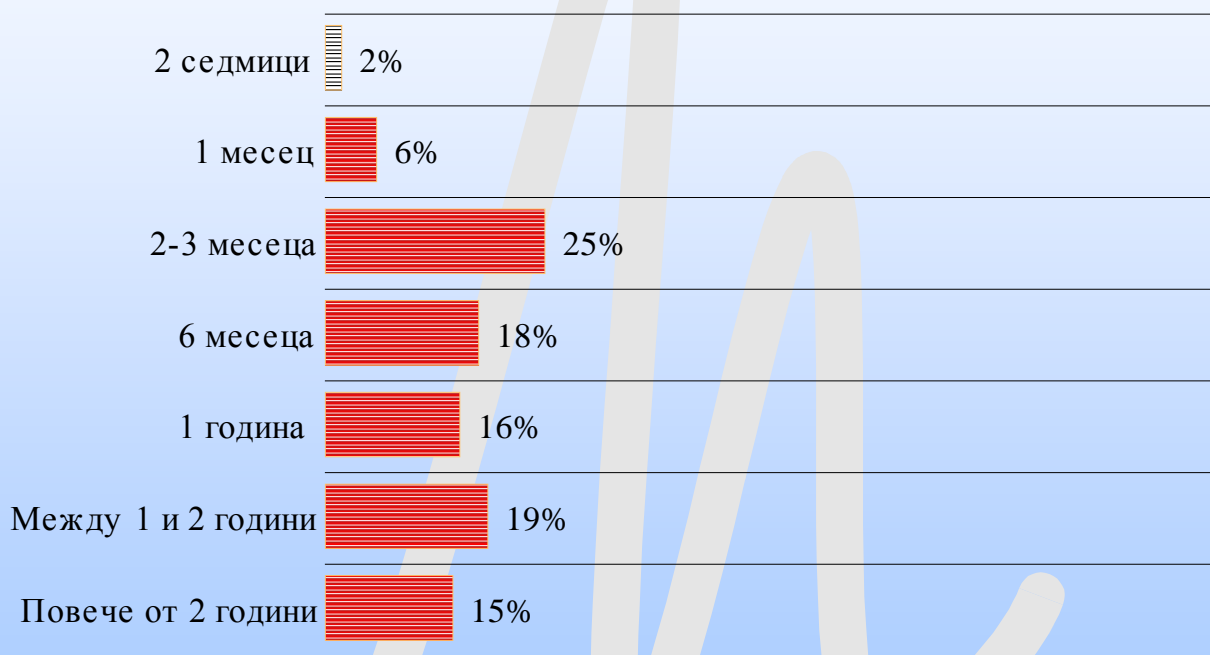


База: Всички респонденти (N=612)

**Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.*

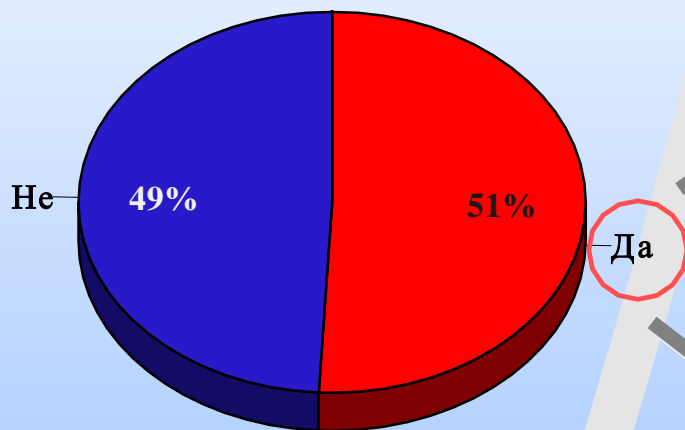
Период от първото прочитане на вестник “Анонс”

Приблизително от колко време четете вестник “Анонс”?

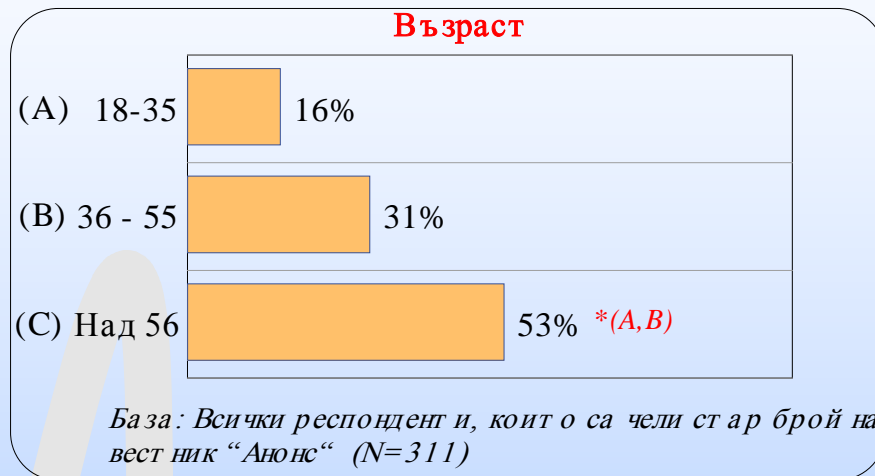


Препрочитане на вестник "Анонс"

Случва ли Ви се да препрочитате стар брой на вестник "Анонс"?

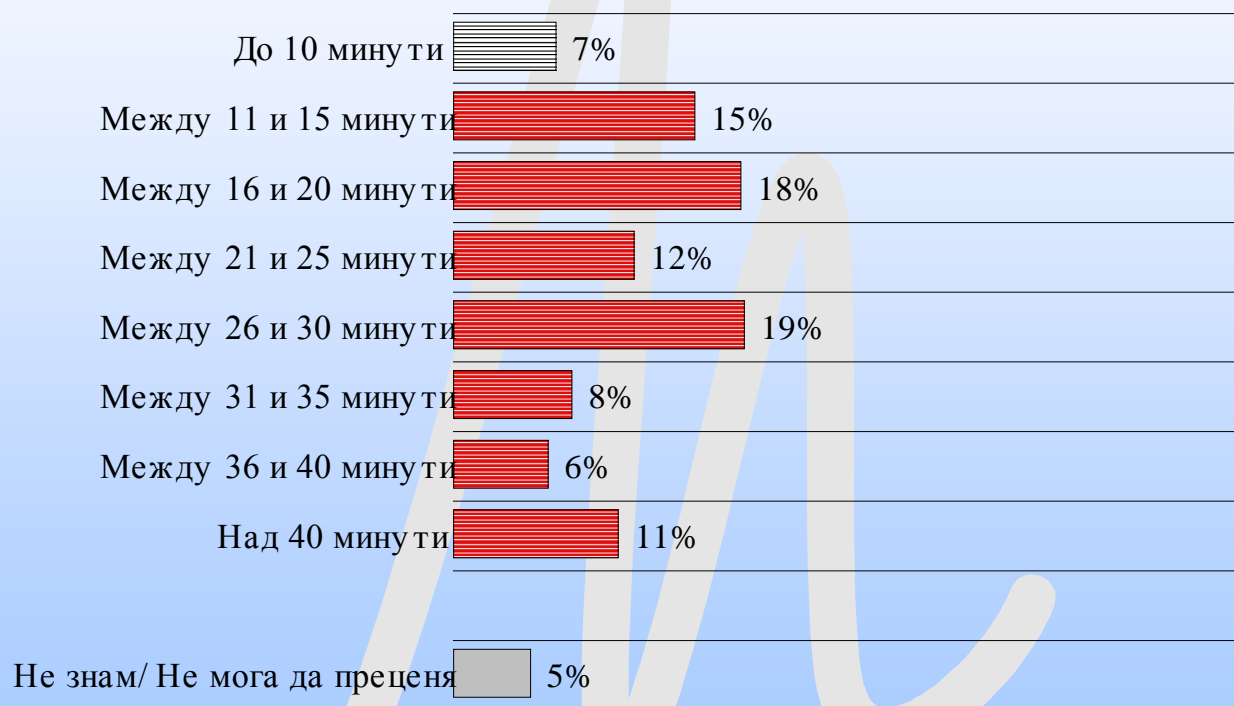


База: Всички респонденти (N=612)



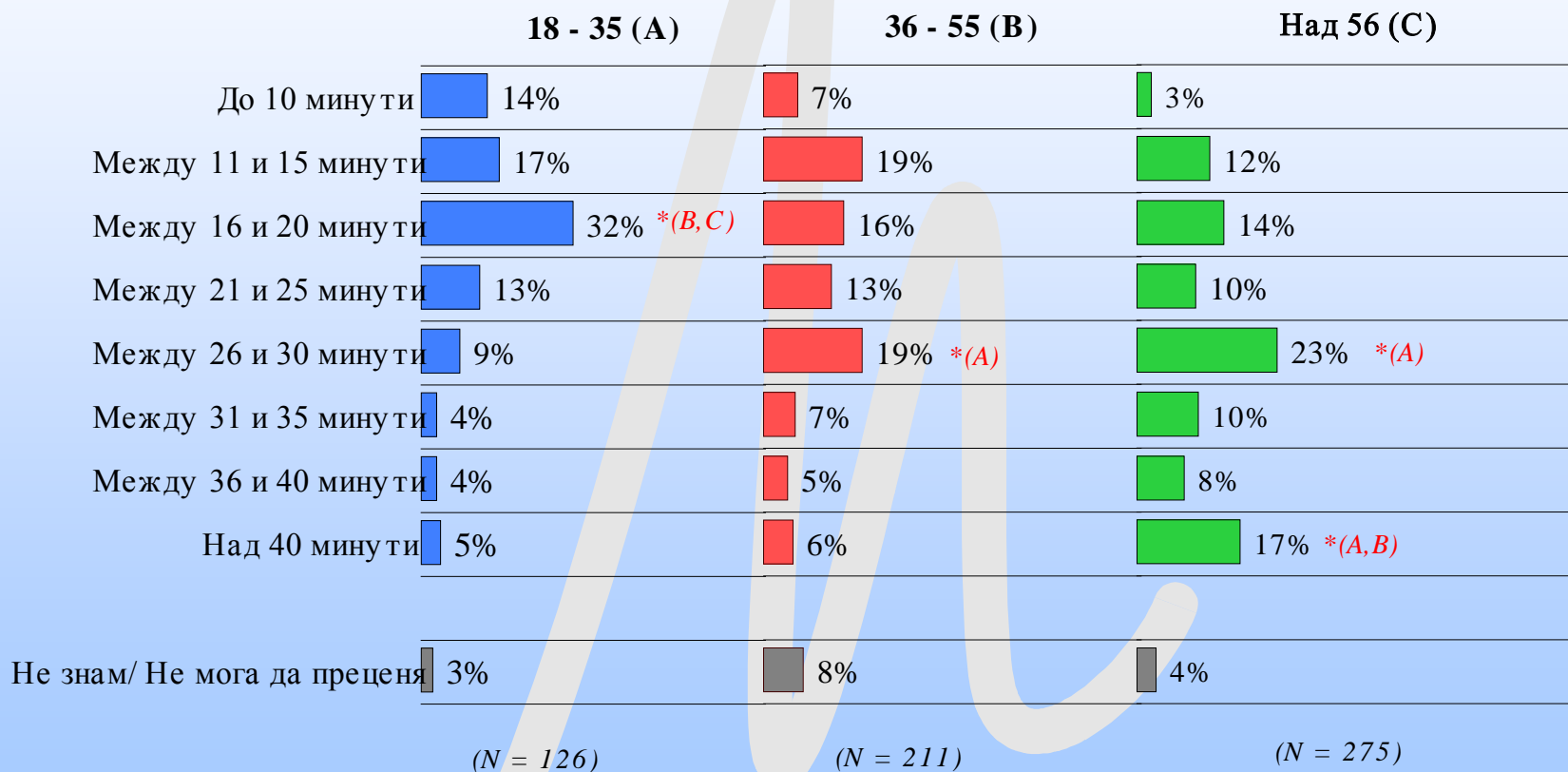
Продължителност на четене на един брой на "Анонс"

Вие лично колко време четете един брой на вестник "Анонс", независимо дали го четете за пръв път или го препрочитате?



Продължителност на четене на един брой на "Анонс" по възраст

Вие лично колко време четете един брой на вестник "Анонс", независимо дали го четете за пръв път или го препрочитате?

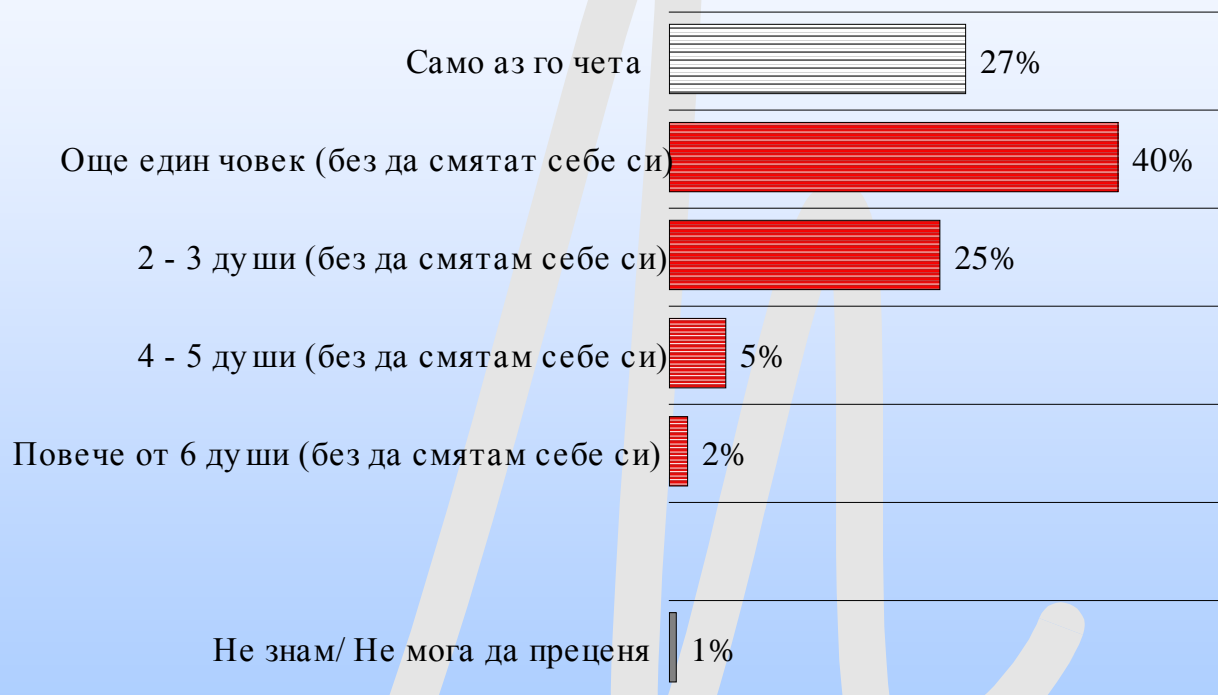


База: Всички респонденти (N=612)

**Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.*

Брой хора, които четат един и същи брой на "Анонс"

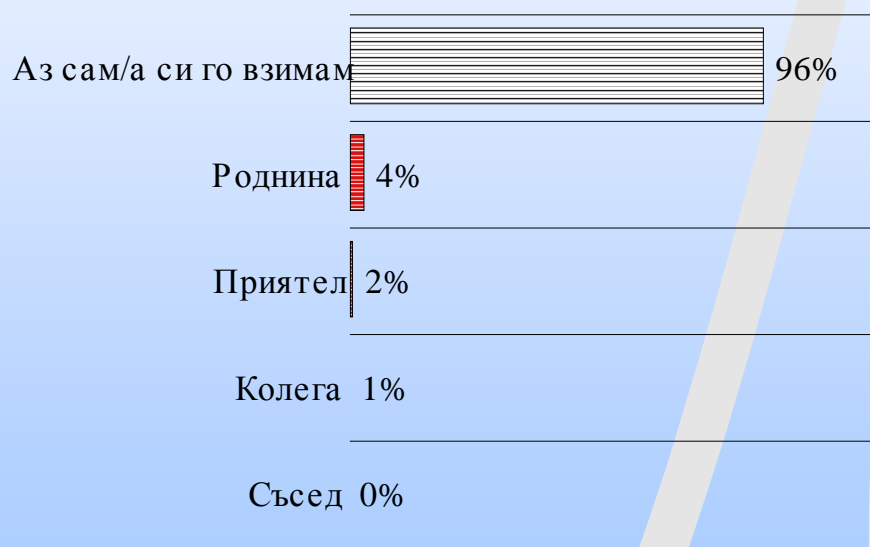
Обикновено колко души четат един брой на вестник "Анонс", който четете и Вие?



Начин на получаване на "Анонс"

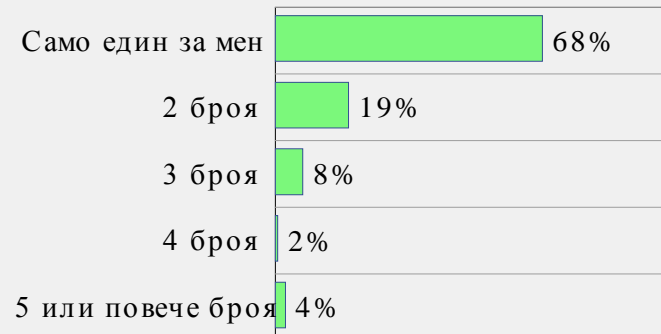
Човек, който обикновено Ви носи вестник "Анонс"

Кой обикновено Ви донася вестник "Анонс"?



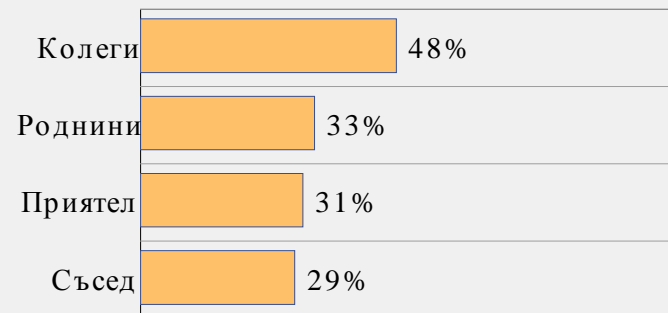
База: Всички респонденти (N=612)

Брой взети копия



База: Всички респонденти, които сами вземат вестник "Анонс" (N=585)

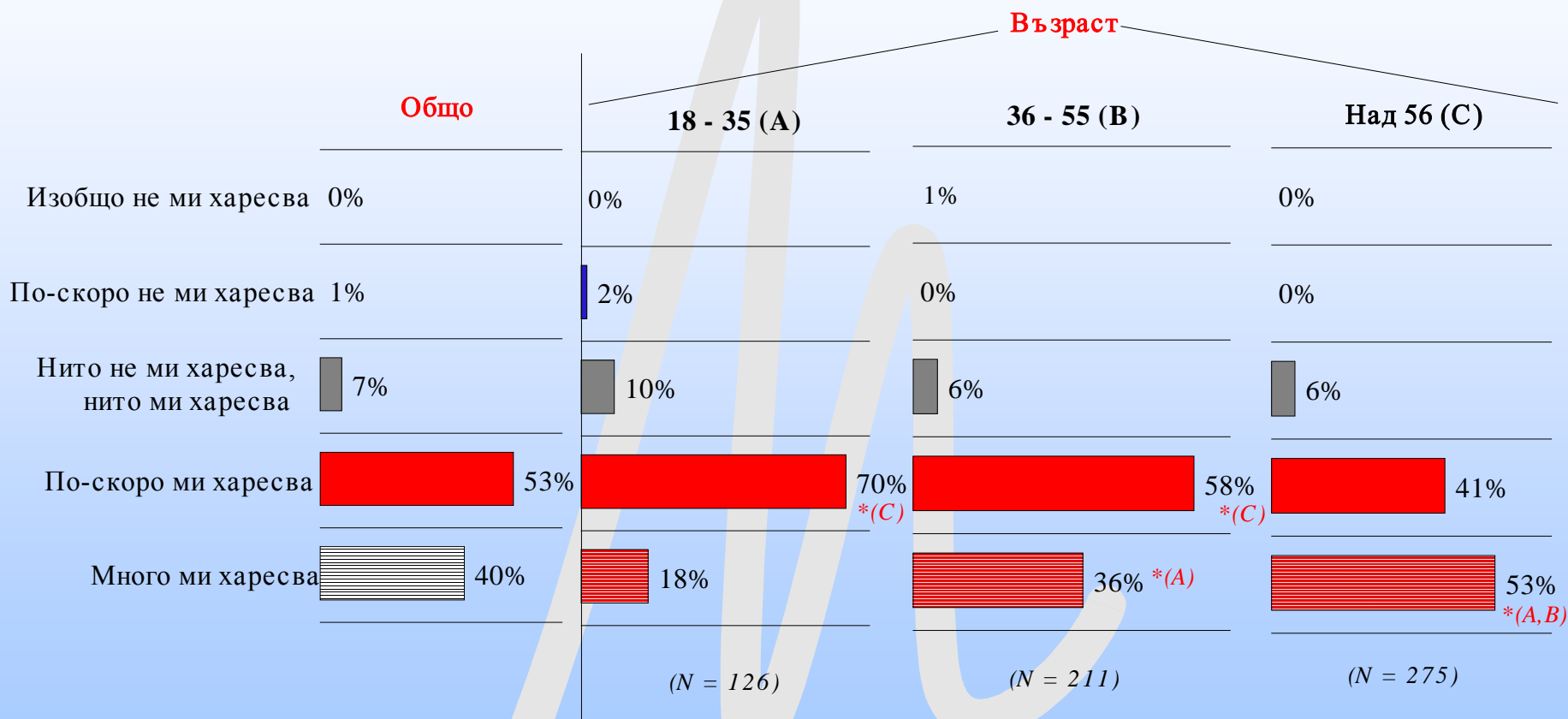
Хора, за които се взимат копията



База: Всички респонденти, които обикновено взимат повече от един брой (N=192) - повече от един отговор

Цялостно харесване на "Анонс"

Доколко Ви харесва вестник "Анонс", като цяло?

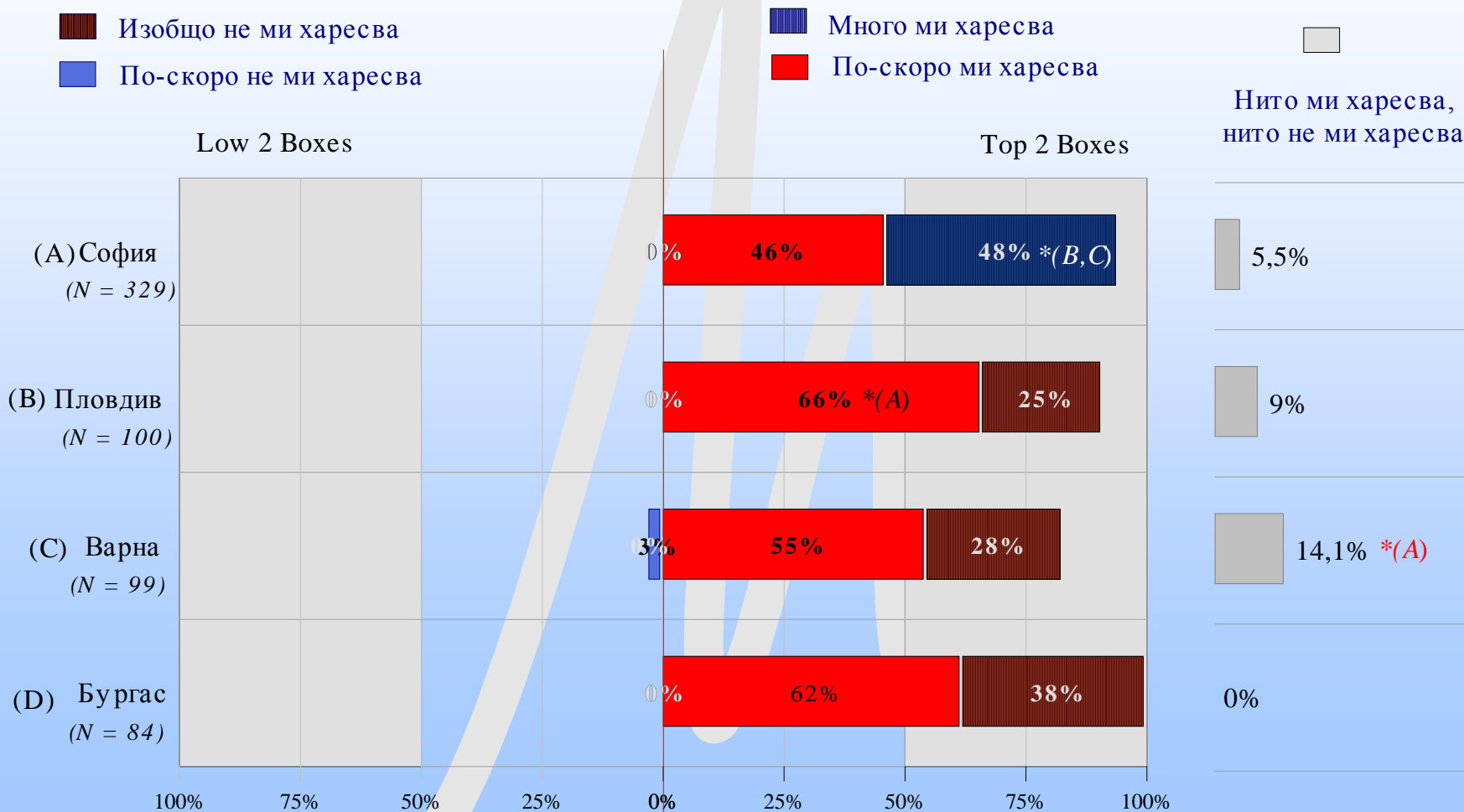


База: Всички респондент и (N=612)

*Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.

Цялостно харесване на "Анонс" по населено място

Доколко Ви харесва вестник "Анонс", като цяло?

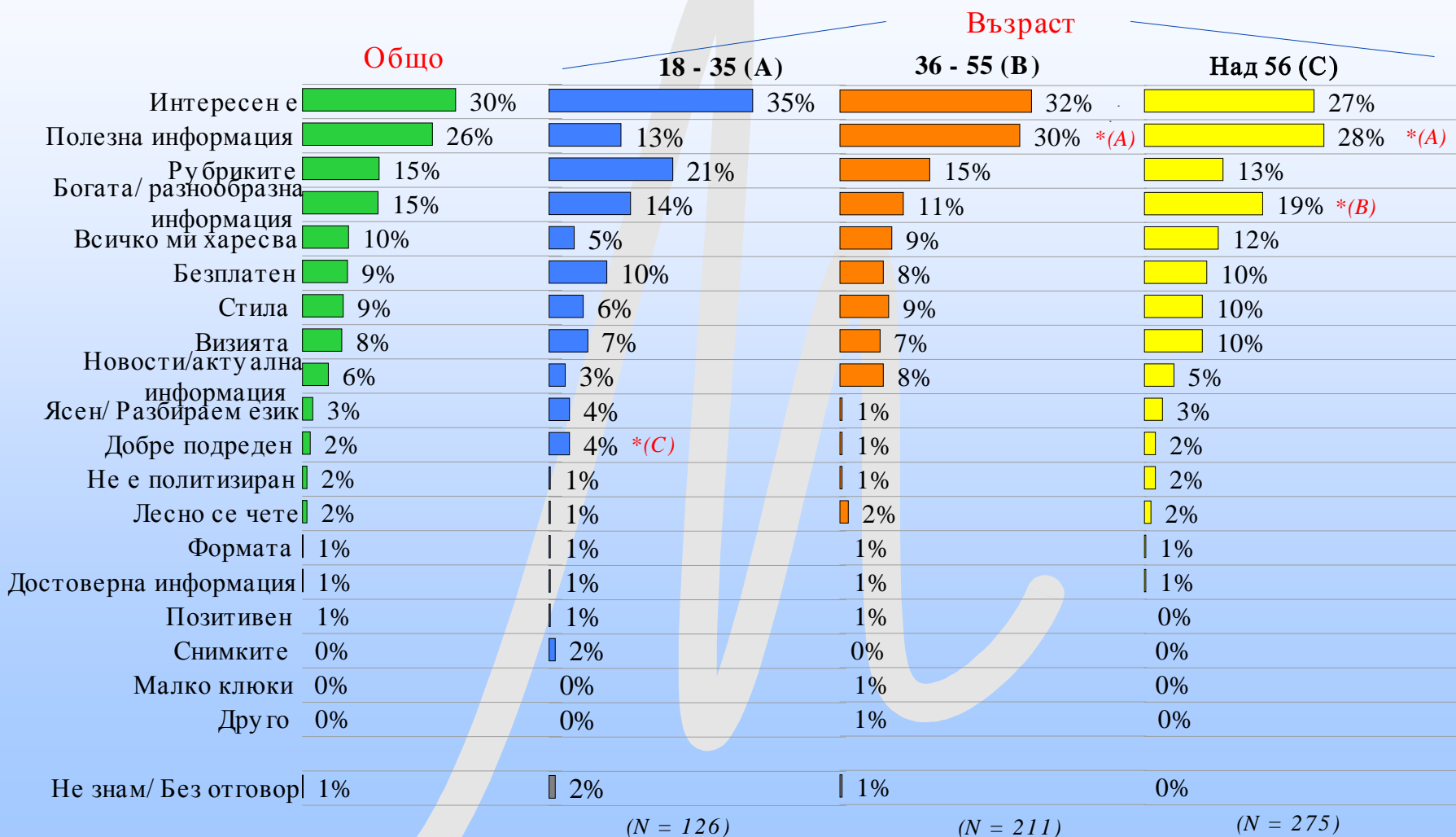


База: Всички респондент и (N=612)

*Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.

Харесване на "Анонс"

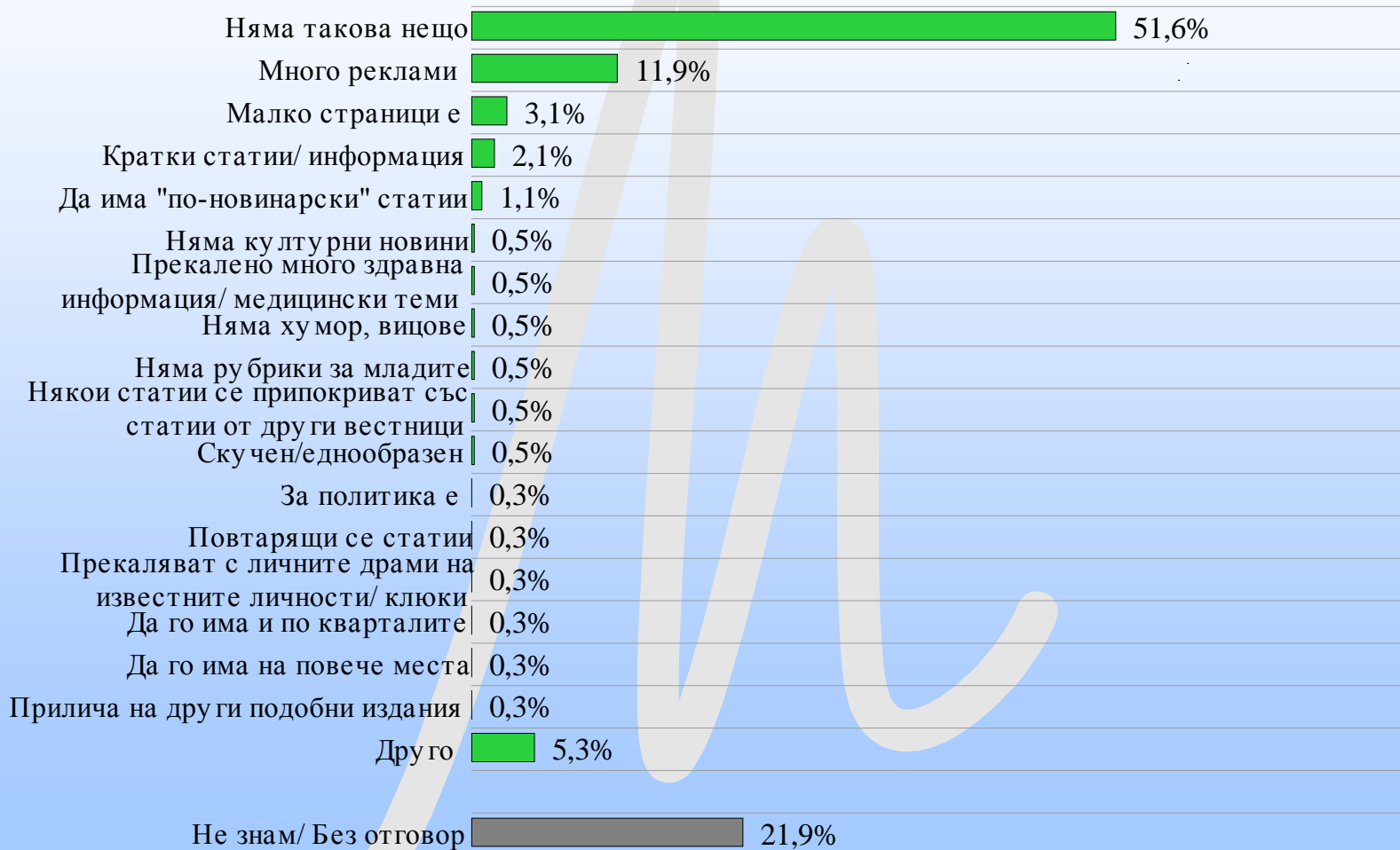
Какво Ви харесва във вестник "Анонс" ?



**Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.*

Нехаресване на "Анонс"

Какво не Ви харесва във вестник "Анонс"?



Оценка на стила

Доколко Ви харесва стилът на вестник “Анонс“?

Възраст

Общо

18 - 35 (A)

36 - 55 (B)

Над 56 (C)

Изобщо не ми харесва

0%

1%

0%

0%

По-скоро не ми харесва

1%

2%

0%

1%

Нито не ми харесва,
нито ми харесва

6%

10% *(C)

8%

4%

По-скоро ми харесва

46%

60% *(C)

48%

38%

Много ми харесва

47%

28%

45% *(A)

57% *(A,B)

(N = 126)

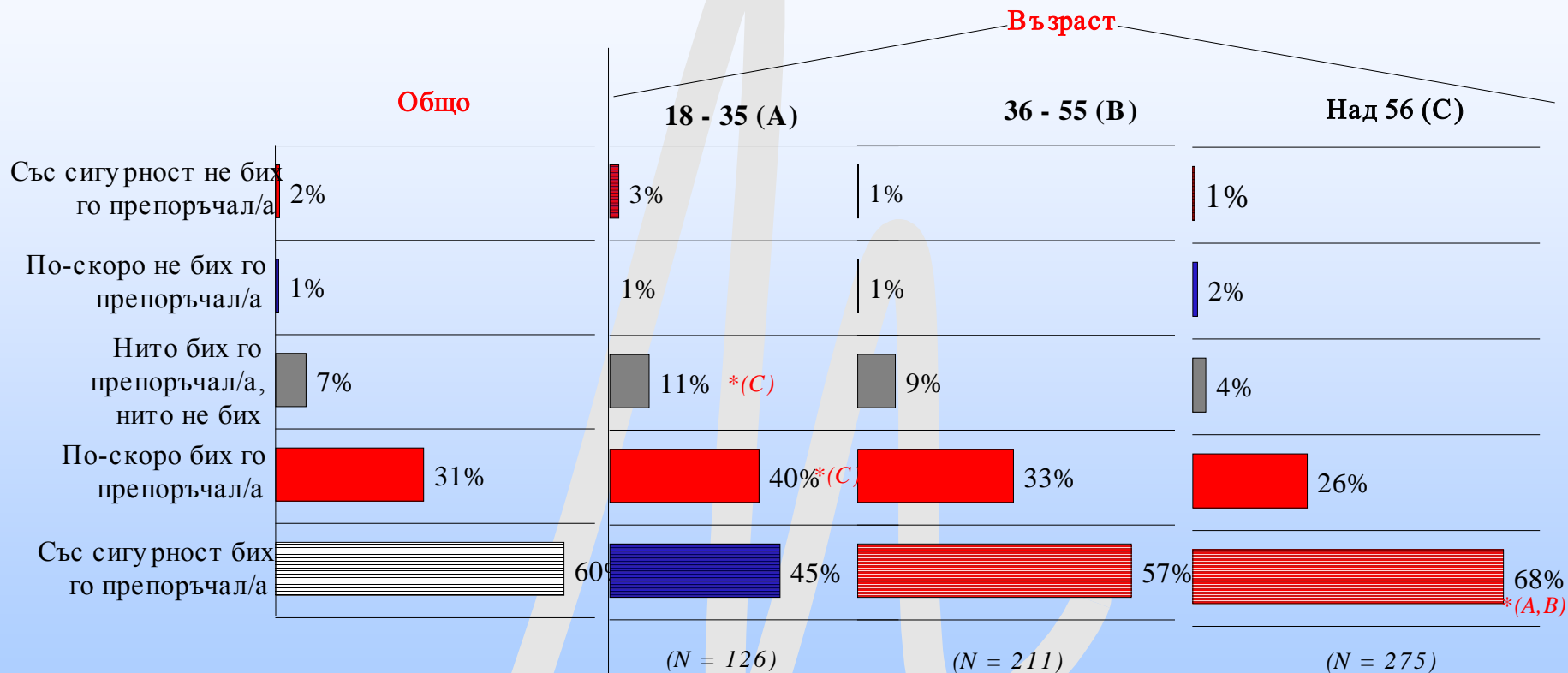
(N = 211)

(N = 275)

База: Всички респонденти (N=612)

*Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.

Бихте ли препоръчали вестник “Анонс”?

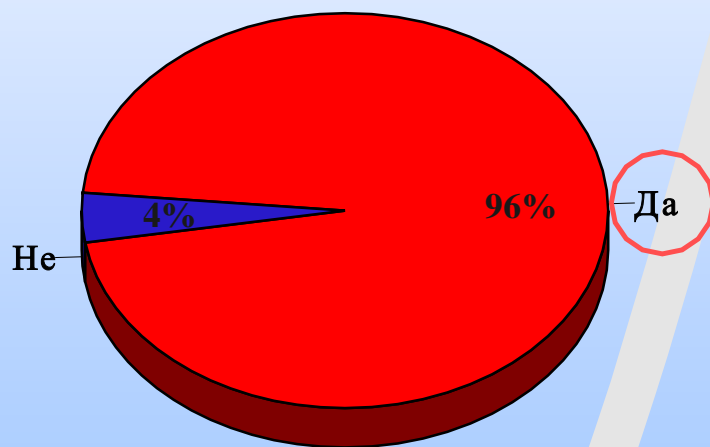


База: Всички респонденти (N=612)

*Results are based on two-sided tests with significance level 0.05. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears under the category with the larger column proportion.

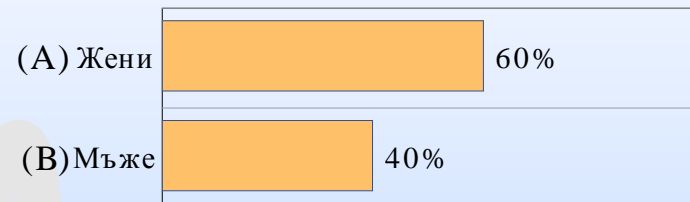
Доверие в информацията

Вие лично имате ли доверие на информацията, публикувана във вестник “Анонс”?



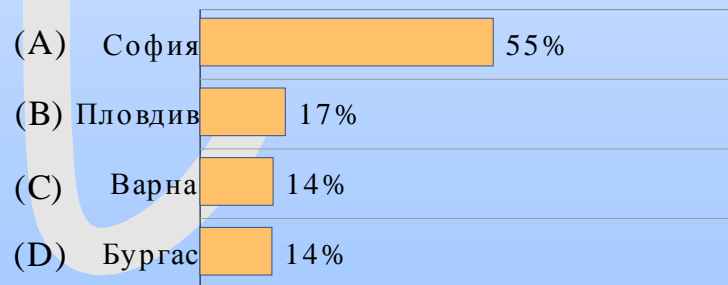
База: Всички респонденти (N=612)

Пол



База: Всички респонденти, които имат доверие на информацията, публикувана във вестник “Анонс” (N=588)

Населено място



База: Всички респонденти, които имат доверие на информацията, публикувана във вестник “Анонс” (N=588)

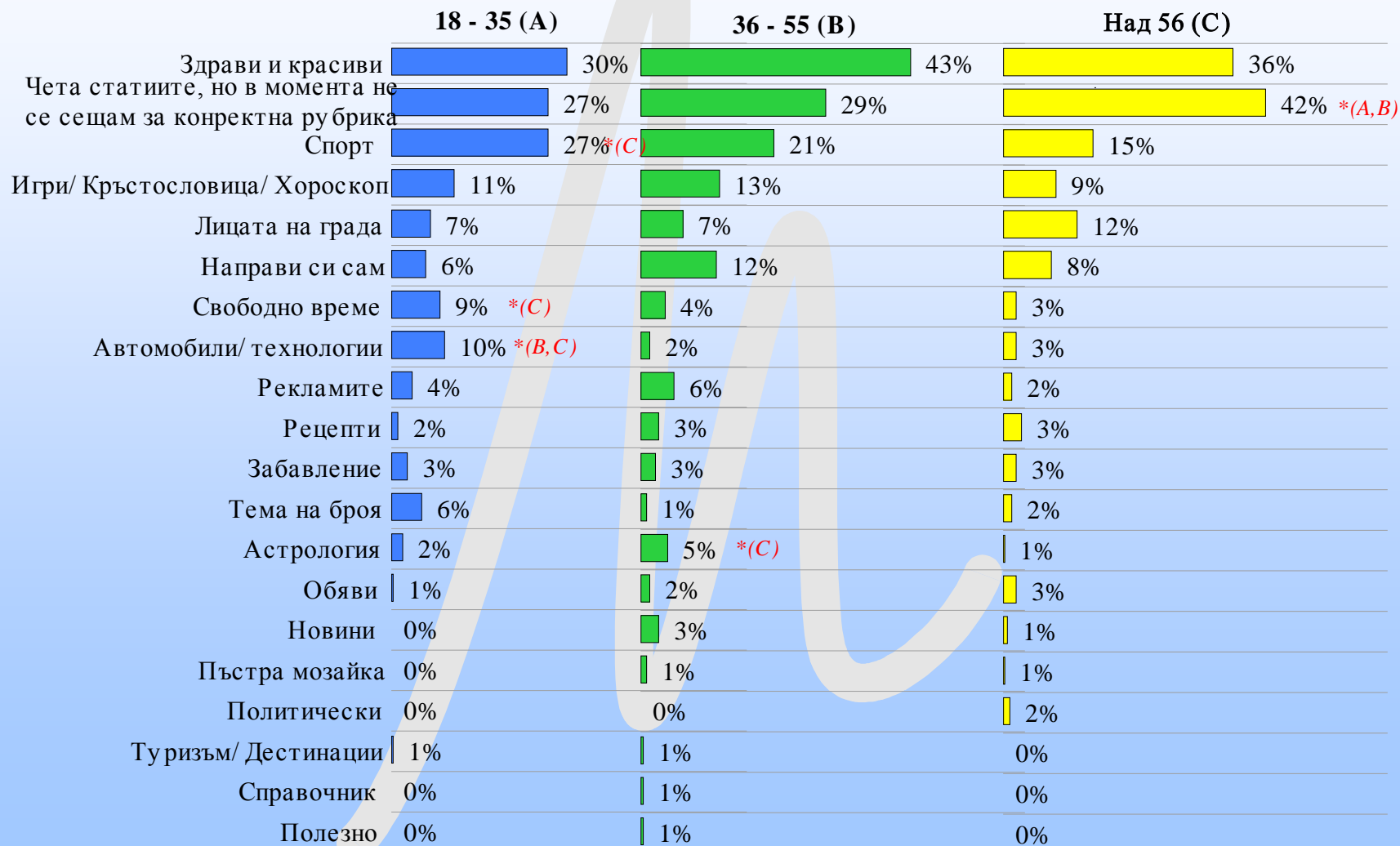
Спонтанна познатост на рубрики

За кои рубрики се сещате, когато говорим за “Анонс“?



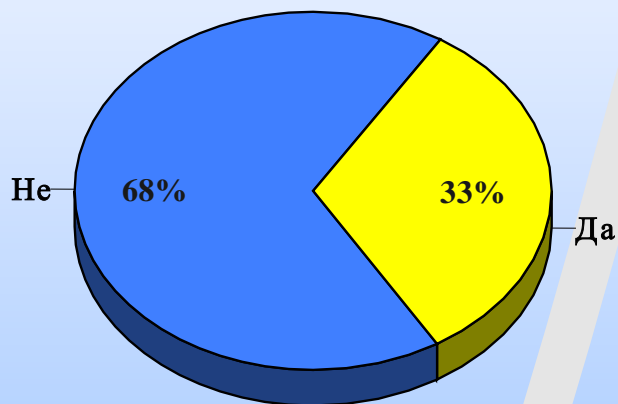
Спонтанна познатост на рубрики по възраст

За кои рубрики се сещате, когато говорим за “Анонс“?



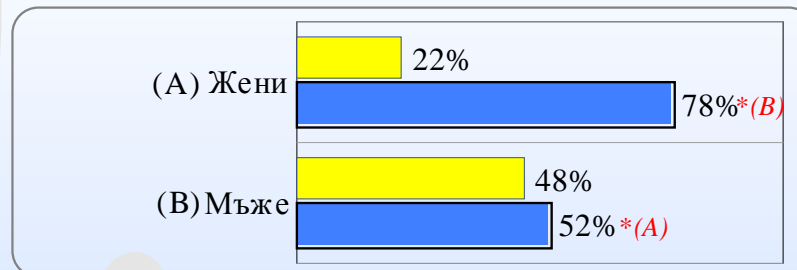
Притежание на автомобил

Имате ли личен автомобил?

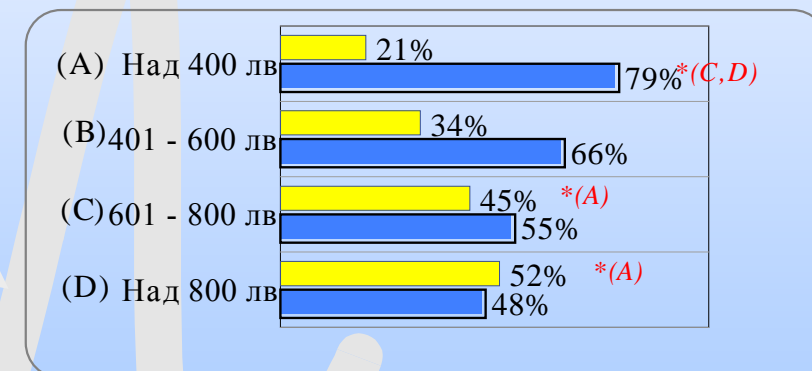


База: Всички респонденти (N=612)

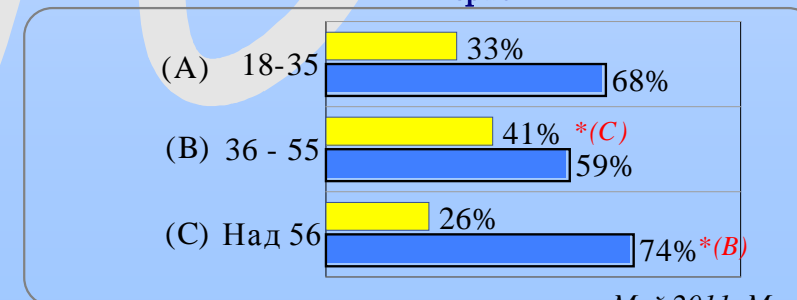
Пол



Доход

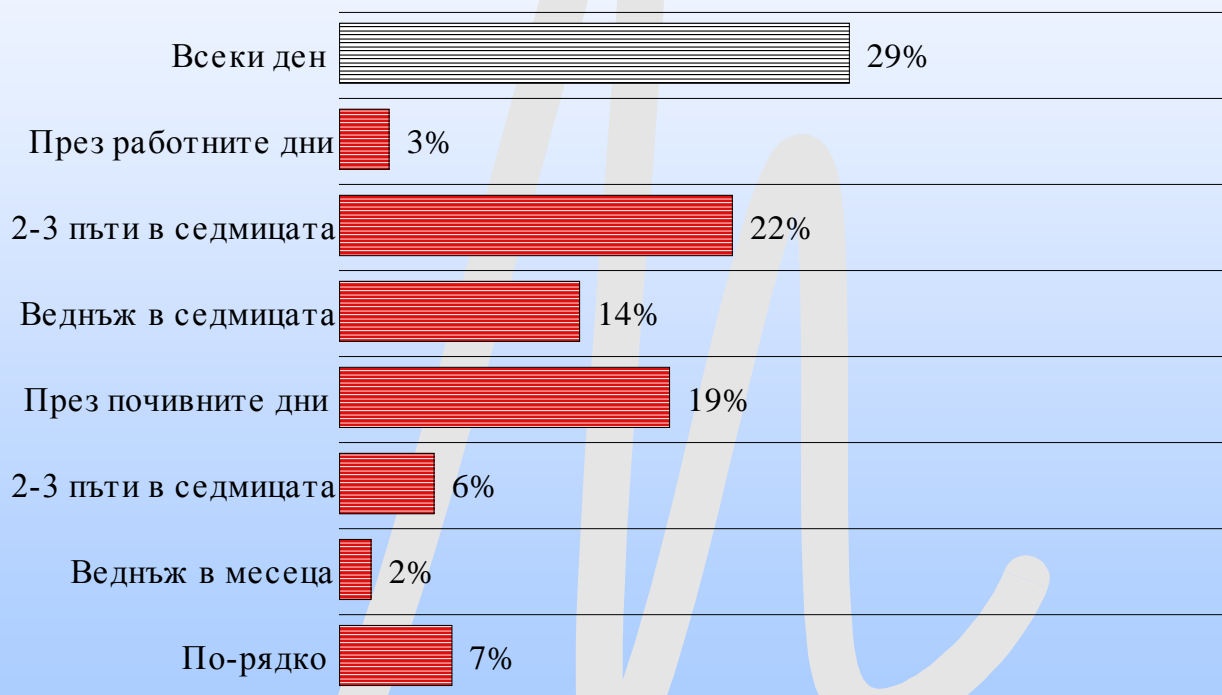


Възраст



Честота на използване на личния автомобил

Колко често използвате личния си автомобил?



- Читателите на “Анонс” са равномерно разпределени в три възрастови групи. Почти половината от респондентите са с висше образование, а останалата част притежават завършено средно образование. Жените представляват по-голямата част от аудиторията. Повече от 1/3 от хората твърдят, че разполагат с достатъчно средства за закупуването на домакински уреди, 1/4 от тях могат да си позволят закупуването на кола и 1/10 разполагат с достатъчно средства за недвижим имот. 1/4 от респондентите работят в частния сектор на неръководна позиция. Също 1/4 от интервюираните са пенсионери. По-голямата част от читателите на “Анонс” са семейни – 3/5 от респондентите са омъжени или женени.
- Почти 1/2 от респондентите спонтанно споменават първо “Анонс”, когато са попитани за познатите им седмични вестници. Интервютата са провеждани в непосредствена близост до местата на разпространение на седмичника, което обяснява изключително високия процент на спонтанна познатост на вестника – 90%.

- Подпомогнатта познатост на “Анонс” бележи 100%, тъй като един от критериите за подбор на респондентите е познатостта и употребата на вестника.
- По-голямата част от интервюираните лица са редовни читатели на “Анонс”. Около 3/5 от респондентите четат вестника всяка седмица, а 1/3 от тях – 2 или 3 пъти в месеца.
- Около 2/3 от респондентите обикновено вземат само едно копие от вестника, което прочитат сами.
- По-голямата част от читателите, които вземат повече от едно копие от вестника, обикновено го дават на техни колеги или роднини.
- Вестникът се оценява изключително позитивно. Повече от 90% от читателите харесват изданието като цяло.

- Читателите на “Анонс” са привлечени главно от интересната и полезна информация. Статиите и разнообразната информация също са сред високо ценените характеристики. Около 1/10 от респондентите харесват всичко във вестника и почти същия брой читатели оценяват положително факта, че “Анонс” се разпространява безплатно.
- Положителното възприемане на вестника се потвърждава и от факта, че повече от половината от респондентите не могат да посочат негативни характеристики или нещо във вестника, което да не им харесва.
- Читателите на “Анонс” са привлечени главно от интересната и полезна информация. Статиите и разнообразната информация също са сред високо ценените характеристики. Около 1/10 от респондентите харесват всичко във вестника и почти същия брой читатели оценяват положително факта, че “Анонс” се разпространява безплатно.

- Положителното възприемане на вестника се потвърждава и от факта, че повече от половината от респондентите не могат да посочат негативни характеристики или нещо във вестника, което да не им харесва.
- Добрата репутация на изданието се потвърждава от факта, че почти всички от интервюираните твърдят, че те вярват на информацията, която се публикува във вестника. По-голямата част от респондентите имат доверие в автентичността на информацията.
- Рубриката “Здрави и Красиви” спонтанно е спомената от около 1/3 от хората, участвали в изследването, когато са попитани за име на рубрика. Логично по-голямата част от представителите на тази група е съставена от жени поради техния интерес към информация от този тип.
Рубриката “Спорт” се появява на трета позиция като основно се възпроизвежда от мъжете. “Коли и технологии” също е типична мъжка рубрика, която спонтанно е споменавана от по-младите респонденти на възраст между 18 и 35 години.