



MEDIAN SK



Mediálne
prieskumy



MML-TGI



Softvér



Ad-hoc
prieskumy



Vývoj
technológií

TLAČOVÁ SPRÁVA MML Omnibus

Kvóty v rádiách

III. kvartál 2016

16. 11. 2016

PRIESKUM TRHU, MÉDIÍ A VEREJNEJ MIENKY, VÝVOJ SOFTVÉROV

Kremnická 6, Petržalka - Dvory, 851 01 Bratislava V

tel.: 02 / 5443 5539, fax: 02 / 5464 8064

e-mail: median@median.sk

www.median.sk

OFICIÁLNY PARTNER:

KANTAR MEDIA GROUP PRE SLOVENSKO

METODOLÓGIA ZBERU A SPRACOVANIA DÁT

Realizátor: MEDIAN SK, s.r.o.
Prieskum trhu, médií a verejnej mienky, vývoj softvérov

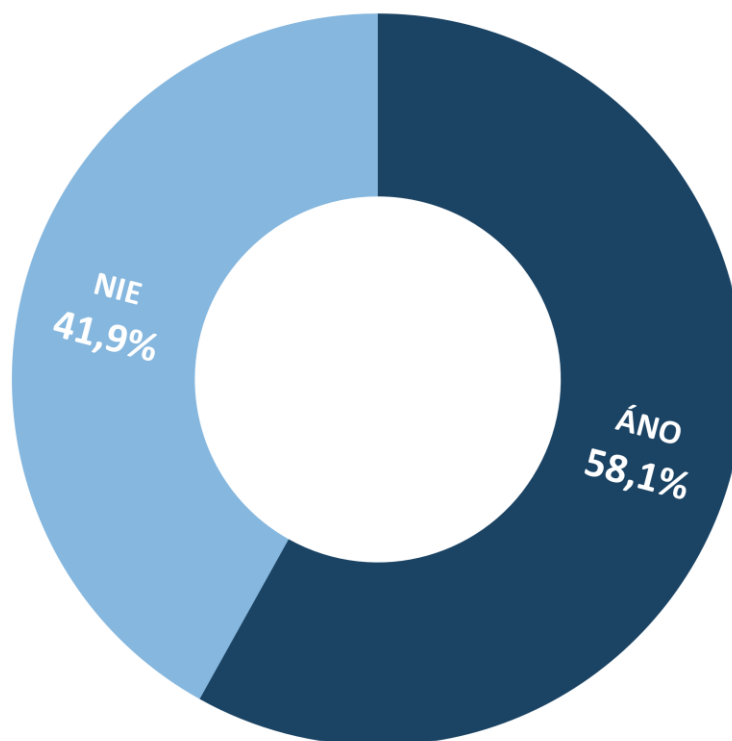
Terénny zber dát prebiehal v termíne 27.6.2016 až 18.9.2016 kvótnym výberom. Respondenti tvoria reprezentatívnu vzorku populácie SR podľa údajov ŠÚ SR.

Prieskumu verejnej mienky týkajúcej sa povinných kvót v rádiách sa zúčastnilo 2.073 respondentov vo veku 14 až 79 rokov.

Metodológia zberu: osobné rozhovory (metóda „face-to-face“, tzv. „PAPI“) /cca 70% vzorky/ a samostatné vyplnenie webdotazníka respondentom (metóda „self-complete CAWI“, respondenti zaradení do prieskumu na základe regrutácie osobným rozhovorom, telefonicky príp. naregrútovaním z iných prieskumov) /cca 30% vzorky/.

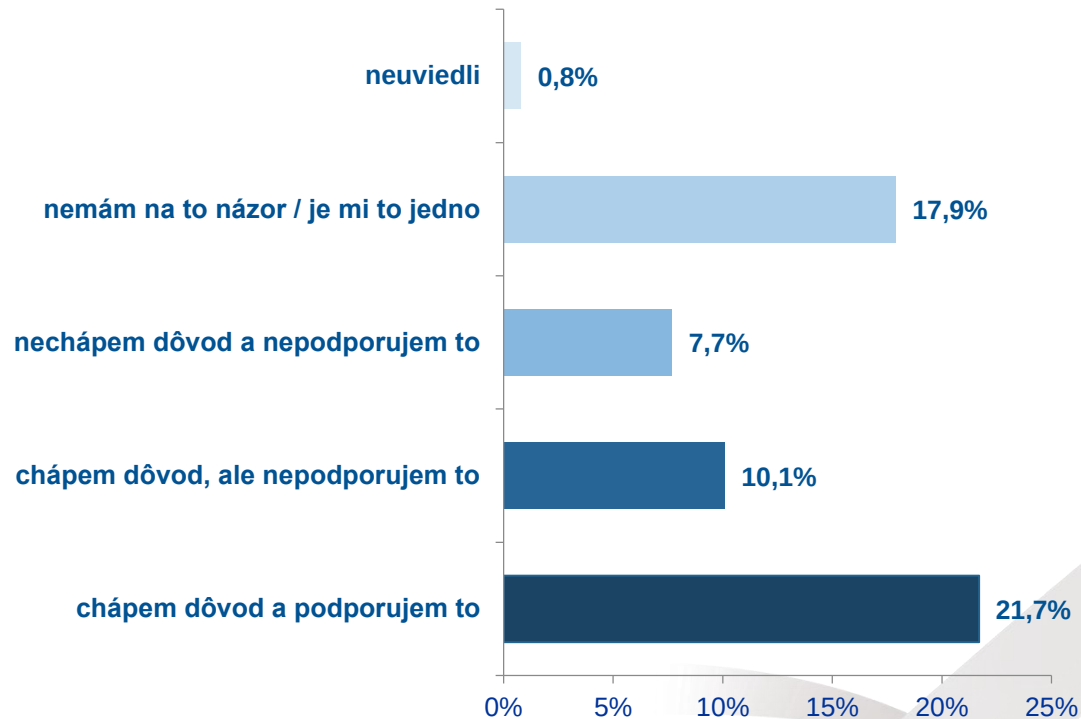
KVÓTY V RÁDIÁCH

V období júl až september 2016 odpovedali respondenti na otázku „Zaznamenali ste zavedenie povinných kvót na slovenskú hudbu, ktorá sa hrá v rádiách?“ nasledovne: 58,1% odpovedalo na otázku kladne a 41,9% uviedlo, že nezaznamenali zavedenie povinných kvót.



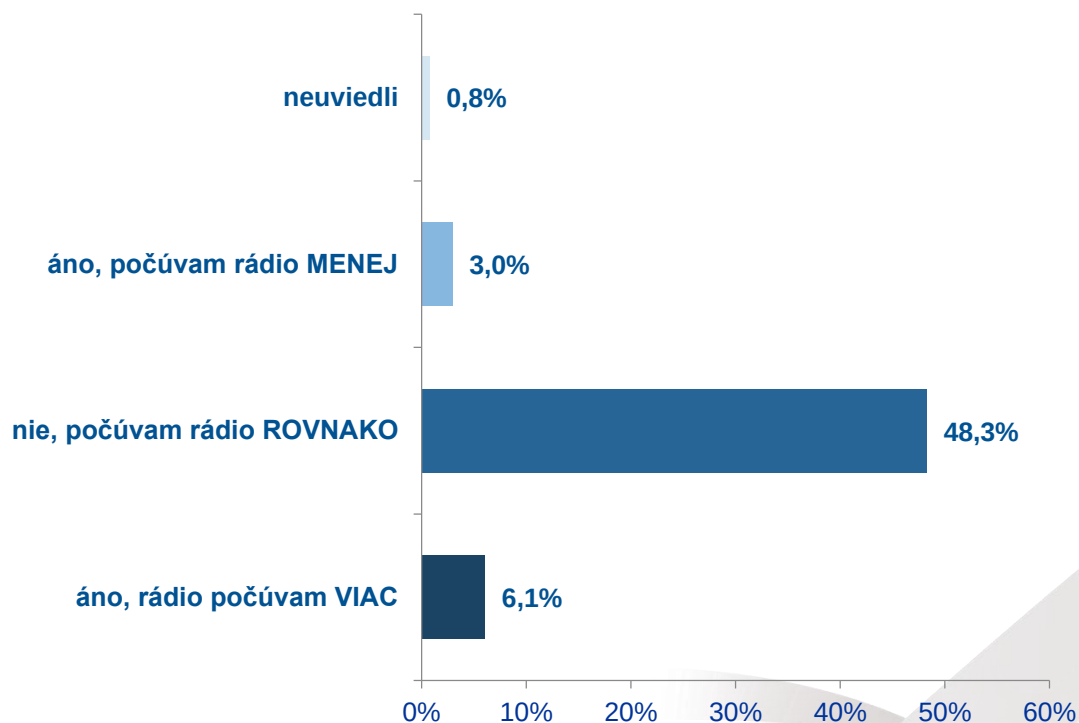
KVÓTY V RÁDIÁCH

Respondenti, ktorí zaznamenali zavedenie povinných kvót, mohli uviesť, aký postoj zastávajú k tejto problematike. 21,7% respondentov chápe dôvod zavedenia kvót a podporuje ho, ďalších 10,1% síce chápe dôvod zavedenia kvót, ale nepodporuje ho. 7,7% nerozumie dôvodu zavedenia kvót a nepodporuje ho a 17,9% nemá na túto problematiku názor.



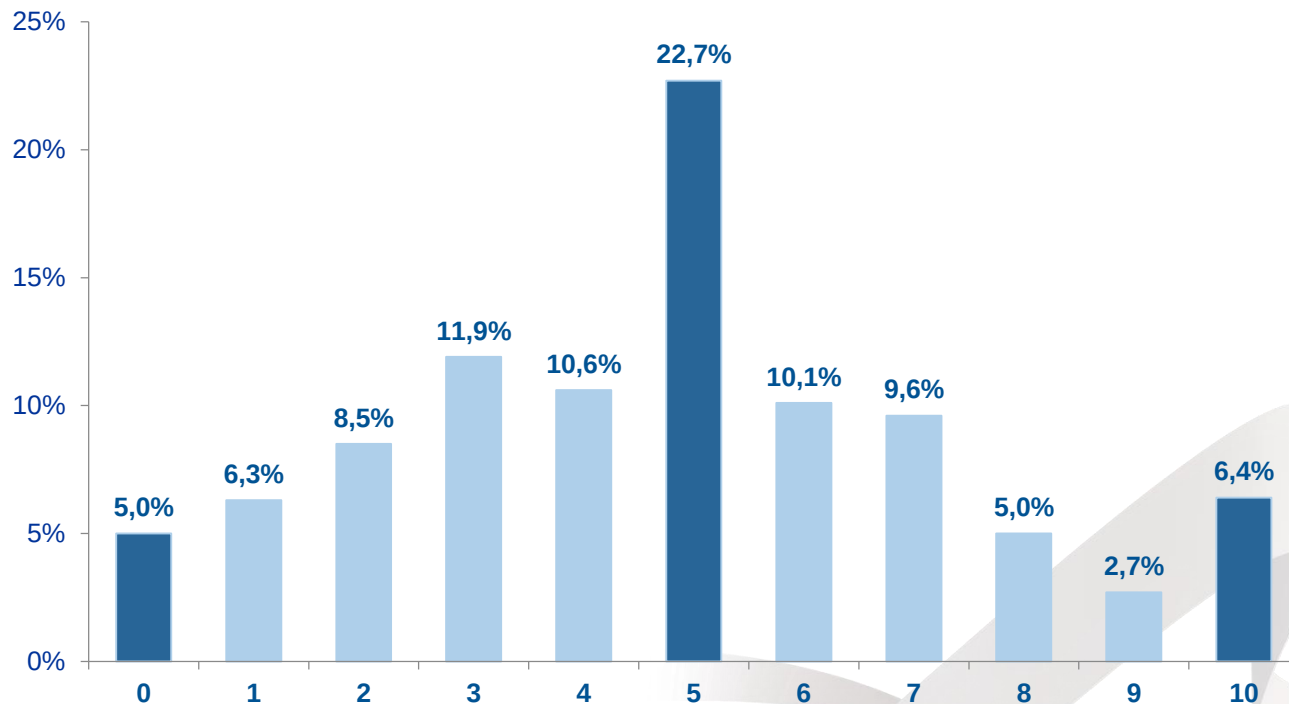
KVÓTY V RÁDIÁCH

MEDIAN SK tiež zaujímalo, aký vplyv malo zavedenie povinných kvót na počúvanie rádia. 6,1% respondentov uviedlo, že ich zavedenie kvót ovplyvnilo pozitívne a počúvajú rádio viac. Až 48,3% uviedlo, že ich zavedenie kvót nijako neovplyvnilo a rádio počúvajú rovnako ako pred zavedením kvót. Ďalšie 3,0% respondentov uviedlo, že ich zavedenie kvót ovplyvnilo, ale v negatívnom zmysle - rádio počúvajú menej. 0,8% respondentov na otázku neodpovedalo.



HUDBA V RÁDIÁCH

Nasledujúci graf znázorňuje názory respondentov na to, koľko z desiatich odohratých pesničiek v rádiu by malo byť slovenských. Ani jednu slovenskú pesničku by uprednostnilo 5,0% opýtaných, jednu 6,3%. Päť pesničiek z desiatich by uprednostnilo 22,7% respondentov a desať slovenských pesničiek z desiatich odohratých by chcelo v rádiu počuť 6,4% opýtaných. Na základe výsledkov môžeme povedať, že respondenti by uvítali viac zahraničnej ako slovenskej hudby. Maximálne štyri slovenské pesničky z desiatich si želá 42,3%; maximálne štyri zahraničné 33,8%.



MEDIAN SK je slovenská nezávislá súkromná spoločnosť pre prieskum trhu, médií, verejnej mienky a pre vývoj analytických a marketingových softvérov, založená v roku 2002. S ňou úzko spolupracujúca česká spoločnosť MEDIAN pôsobí na slovenskom trhu od roku 1993. MEDIAN SK realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov.

Garancia kvality - členstvo a spolupráca:

E.S.O.M.A.R. (Európske združenie prieskumných spoločností)

KMR Group (Kantar Media Research Group)

Intersearch Network

American Marketing Association

Median s.r.o., Česká republika

Hodnoty v grafe sú uvádzané v desatinných číslach.

Hodnoty v texte sú zaokrúhľované podľa matematických pravidiel na jednu desatinu %, prípadne na celé tisíce.

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.

Ako prameň je potrebné použiť toto označenie:

MML Omnibus, 2016/III, MEDIAN SK

Termín zverejnenia tlačovej správy: 16. 11. 2016