**Додаток А**

**Соціологічне опитування черкаської аудиторії радіореклами**

**Додаток А. 1**

**Структура анкети**

**Шановні радіослухачі!**

Звертаємося до Вас із проханням висловити свою думку щодо роботи радіо. Ця анкета є складовою дослідження певних аспектів функціонування місцевої радіореклами, зокрема її комунікативної ефективності. Ваші точні та щирі відповіді допоможуть узагальнити результати дослідження та розробити практичні рекомендації щодо ефективного використання реклами в радіоефірі.

У анкеті не обов’язково вказувати своє прізвище, ім’я та по батькові, оскільки для нас головне – Ваші поради. Результати анкети аналізуватимуться в узагальненому вигляді та будуть використані винятково з науковою метою.

Уважно прочитайте запитання та відповіді до них, позначте кружечком ті з них, із якими Ви погоджуєтеся, а при потребі – напишіть власний варіант відповіді в пустих рядках.

Будьте уважні та не пропустіть жодного запитання! Анкети, заповнені не повністю, не аналізуватимуться!

**Наперед вдячні Вам за участь у нашому дослідженні!**

1. **Як часто Ви слухаєте радіо?**
2. Щодня.
3. Кілька разів на тиждень.
4. Кілька разів на місяць.
5. Кілька разів на рік.
6. Ваш варіант \_\_\_\_\_*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .*
7. **Яким радіостанціям Ви надаєте перевагу?**
8. Дротового мовлення
9. FM-радіостанціям
10. Інтернет-радіостанціям.
11. **Зазначте звичний для Вас час прослуховування радіо.**
12. Ранкові години (6.00 – 9.00).
13. Перша половина дня (9.00 –12.00).
14. Час обідньої перерви (12.00 – 14.00).
15. Друга половина дня (14.00 – 17.00).
16. Вечірні години (17.00 – 22.00).
17. Нічні години (22.00 – 6.00).
18. **Вкажіть назви радіостанцій, які Ви слухаєте найчастіше (не більше 3-х).**
19. „Радіо Dalmatin 101 FM” (101.1 МГц).
20. „Радіо Рось FM” (101.1 МГц).
21. „Радіо Алла” (101.6 МГц).
22. „Наше радіо” (102.9 МГц).
23. „Радіо Ера FM” (103.3 МГц).
24. „Русское радио–Украина” (103.7 МГц).
25. „Хіт FM” (104.1 МГц).
26. „L’Radio” (104.5 МГц).
27. „Kiss FM” (105.0 МГц).
28. „Люкс FM” (106.1МГц).
29. „Радіо Шарманка” (107.1 МГц).
30. „Радіо Шансон” (107.5 МГц).
31. „Радіо Рось” ЧОДТРК.
32. Перша програма Національного радіо України, УР–1.
33. „Промінь”, УР – 2.
34. „Культура”, УР–3.
35. **Які умови прослуховування радіо є для Вас звичними?**
36. Удома.
37. В офісі.
38. У транспорті.
39. На відпочинку.
40. На роботі.
41. Якщо є власні варіанти, то доповніть перелік \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .
42. **Яким радіопрограмам Ви надаєте перевагу найчастіше?**
43. Музично-розважальним.
44. Інформаційним.
45. Рекламним.
46. Спортивним.
47. Релігійним.
48. Мистецьким.
49. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––– .
50. **Прослуховування радіо є для Вас?**
51. Заняттям, що вимагає абсолютної уваги.
52. Фоном для роботи й відпочинку.
53. Формою дозвілля.
54. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––– .
55. **На думку психологів, радіо є одним із „найінтимніших” ЗМІ. Чи погоджуєтеся Ви з цією думкою?**
56. Цілком погоджуюся.
57. Частково погоджуюся.
58. Не погоджуюся.
59. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––– .

*Наступні запитання допоможуть з’ясувати Ваше ставлення до реклами в цілому, та радіореклами зокрема. Нас цікавить думка й постійних радіослухачів, і тих, хто слухає радіо час від часу.*

1. **Чи довіряєте Ви рекламі?**
2. Так.
3. Ні.
4. Не визначився.
5. Ваш варіант –––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––– .

**10. – 17. Яку з видів реклами Ви вважаєте найефективнішою? Відповіді мають стояти в кожному рядку.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Ефективна** | **Більше ефективна, ніж неефективна** | **Ефективна****за певних умов** | **Більше неефективна, ніж ефективна** | **Неефективна** |
|  | **Реклама в газетах і журналах.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Телереклама.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Радіореклама.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Інтернет-реклама.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Зовнішня реклама.**  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Реклама в (на) транспорті.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Поштова розсилка** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Особисті прямі продажі.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

1. **Ваше ставлення до реклами на радіо.**
2. Мені подобається вся реклама, що звучить у радіоефірі.
3. Цілком негативне Мені не подобається ніяка радіореклама.
4. Нейтральне. Частково подобається.
5. Мені байдуже.
6. Ваш варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .
7. **Як часто Ви перемикаєте радіоприймач на іншу хвилю, коли чуєте рекламу?**
8. Завжди перемикаю.
9. Ніколи не перемикаю.
10. Інколи перемикаю.
11. Власний варіант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .

**20. – 27. Які жанри радіореклами Ви запам’ятовуєте найкраще? Відповіді мають стояти в кожному рядку.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Найкраще** | **Добре** | **Задовільно** | **Погано** | **Не запам’ятовується** |
|  | **Рекламне оголошення.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Рекламна репліка** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Віршоване рекламне повідомлення.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Радіодіалог (обмін репліками).** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Радіоанонс.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Радіоафіша.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Рекламний радіоспот** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|  | **Рекламна пісенька.** | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

1. **Яка тривалість рекламного радіоролика є прийнятною для Вас?**
2. До 15 секунд.
3. 30 секунд.
4. 45 секунд.
5. Більше хвилини.
6. Більше двох хвилин.
7. **Що Вас найбільше зацікавлює в рекламі на радіо? Підкресліть не більше 3-х варіантів.**
8. Зміст рекламного ролика.
9. Музичне оформлення та шумові ефекти.
10. Побудова ролика.
11. Цікавий сюжет.
12. Голос диктора (актора, ведучого).
13. Ціна товару/послуги.
14. Товари і послуги, що рекламуються.
15. Реквізити (адреси, номера телефонів, тощо).
16. Назва торгової марки.
17. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––.
18. **Що Вас найбільше дратує в радіорекламі? Не більше 3-х варіантів відповідей.**
19. Інтонація ведучого.
20. Одноманітність форм і жанрів.
21. Повторюваність одних і тих же роликів протягом тривалого часу.
22. Швидкий темп мовлення.
23. Примітивний сюжет.
24. Мовленнєві помилки.
25. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––– .
26. **Чи встигаєте Ви записати адресу, номери телефонів, ліцензій у радіорекламі?**
27. Так.
28. Інколи.
29. Не з першого разу.
30. Ніколи.
31. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––.

*Наступний блок запитань присвячено дослідженню особливостей функціонування місцевої радіореклами.*

1. **Як часто протягом минулого місяця Ви купували товари, користувалися послугами, реклама яких звучала на радіо?**
2. Дуже часто (кілька разів на тиждень).
3. Інколи (кілька разів на місяць).
4. Дуже рідко (один раз на місяць).
5. Ніколи.
6. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––– .
7. **Яке, на Вашу думку, має бути співвідношення в черкаській радіорекламі україномовних та російськомовних роликів?**
8. 100 % черкаської радіореклами повинно звучати українською мовою .
9. 50 % – українською, 50 % – російською.
10. Більша частина українською мовою, менша – російською.
11. Більша частина російською мовою, менша – українською.
12. Ваш варіант ––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––– .

**34. – 39. Назвіть ознаки радіореклами, які, на Вашу думку, є визначальними, дайте їм оцінку. Відповіді мають стояти в кожному рядку.**

|  |  | **Позитивне** | **Негативне** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. **3**
 | Швидкоплинність | 1 | 2 |
|  | Широта охоплення аудиторії | 1 | 2 |
|  | Живий характер спілкування | 1 | 2 |
|  | Фоновість | 1 | 2 |
|  | Динамізм | 1 | 2 |
|  | Мобільність та оперативність | 1 | 2 |

**40.  Які товари та послуги, за Вашими переконаннями, найефективніше рекламувати на радіо? Обведіть варіанти потрібних відповідей, але не більше 3-х варіантів.**

1. Будматеріали та сантехніка.
2. Товари для спорту й відпочинку.
3. Алкогольні напої. Тютюнові вироби.
4. Промислове обладнання й технології.
5. Послуги розважальних закладів та закладів харчування (клуби, дискотеки, кафе, ресторани).
6. Послуги зв’язку й телекомунікації.
7. Торговельні послуги. Інформація про розпродажі й знижки.
8. Транспортні послуги. Таксі й вантажні перевезення.
9. Послуги фінансових установ.
10. Освіта, робота, соціальні гарантії.
11. Медичні послуги. Послуги знахарів і цілителів.
12. Туристичні послуги.
13. Побутова, аудіо-та відеотехніка.
14. Продукти харчування. Сільськогосподарська продукція.
15. Газети й журнали, радіостанції.
16. Комп’ютерна техніка й програмне забезпечення.
17. Лікарські препарати.
18. Меблі й будівельні матеріали.
19. Побутова хімія. Мильні засоби.
20. Прикраси, косметика, парфумерія.
21. Нерухомість.
22. Канцелярські предмети, іграшки.
23. Одяг, взуття, аксесуари.
24. Власний варіант **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** *.*

*Повідомте, будь ласка, загальну інформацію про себе.*

**41. Ваша стать?**

1. Чоловіча.
2. Жіноча.

**42.  Вік?**

1. 14 – 22.
2. 23 – 30.
3. 31 – 40.
4. 41 – 50.
5. 51 – 60.
6. понад 60.

**43. Освіта?**

1. Неповна середня.
2. Середня.
3. Середня спеціальна.
4. Вища.
5. Науковий ступінь.

**44. Ваш основний рід занять?**

1. Працюю.
2. Веду домашнє господарство.
3. Перебуваю на пенсії та працюю.
4. Навчаюсь в школі, училищі, технікумі, коледжі.
5. Перебуваю на пенсії й не працюю.
6. Навчаюсь у ВНЗ.
7. Тимчасово не працюю.

**45. Позначте галузь, у якій Ви працюєте.**

1. Промисловість (харчова, легка, хімічна, машинобудування).
2. Органи державного управління.
3. Енергетика.
4. Сільське (лісове, паркове) господарство тощо.
5. Будівництво.
6. Освіта й наука.
7. Транспортна галузь, зв’язок.
8. Громадське харчування, торгівля, матеріально-технічне постачання, збут, заготівля, логістика.
9. Побутове обслуговування, сфера житлово-комунального господарства.
10. Охорона здоров’я.
11. Пенсійне обслуговування й соціальне забезпечення.
12. Фінансування, кредитування, страхування.
13. Органи внутрішніх справ, правосуддя, держбезпеки. Армія.
14. Підприємництво. Приватний бізнес.
15. Інше \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

*Опитування закінчено!*

 *Дякуємо Вам за те, що знайшли час і можливість відповісти на наші запитання!*

**Додаток А. 2**

**Відомості про кількість та статево-віковий склад постійного населення м. Черкас станом на 1 січня 2009 р. за даними**

**Головного управління статистики у Черкаській області**1

Загальна кількість постійного населення м. Черкас на 1 січня 2009 р. – **286 336** осіб. Із них чоловіків – **131 326** осіб **(45,77 %),** жінок – **155 584** осіб **(54,23 %)**. Загальна кількість постійного населення віком від 14 років становила **255 291** особу.

**Зведена таблиця розподілу постійного населення м. Черкаси**

 **за статтю та віком станом на 1 січня 2009 р.**

| Вікові групи | Стать | Кількість (осіб) | У % до підсумку | Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 14–24 рр. | чол. | 227 37 | 48,31 | 47 061  | 18,43 |
| жін. | 24 324 | 51,69 |
| 25–29 рр. | чол. | 14 527 | 53,27 | 27 271 | 10,68 |
| жін. | 12 744 | 46,73 |
| 30–39 рр. | чол. | 21 787 | 48,48 | 44 939 | 17,60 |
| жін. | 23 152 | 51,52 |
| 40–49 рр.  | чол. | 19 640 | 44,72 | 43 913 | 17,20 |
| жін. | 24 273 | 55,28 |
| 50–59 рр. | чол. | 17 247 | 41,93 | 41 132 | 18,11 |
| жін. | 23 885 | 58,07 |
| 60 р. і більше  | чол. | 18 948 | 37,17 | 50 975 | 19,97 |
| жін. | 32 027 | 62,83 |
| Усього  |  | 255 291 |  |  | 100,00 |

1.Розподіл постійного населення Черкаської області за статтю та віком станом на 1 січня 2009 р. : статистичний збірник / за ред. А. В. Бабич. – Черкаси : Головне управління статистики в Черкаській області, 2009 р. – 102 с.

**Додаток Б.**

**Результати анкетування**

**Додаток Б.1**

**1. Як часто Ви слухаєте радіо?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Щодня | 420 | 39,07 |
| Кілька разів на тиждень | 385 | 35,82 |
| Кілька разів на місяць | 170 | 15,82 |
| Кілька разів на рік | 95 | 8,84 |
| Ваш варіант | 5 | 0,47 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 2**

**2. Яким радіостанціям Ви надаєте перевагу?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Радіостанції дротового мовлення | 197 | 18,33 |
| FM-радіостанції | 819 | 76,19 |
| Інтернет-радіостанції | 59 | 5,49 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додатоки Б. 2.1 – 2.6**

**Уподобання радіослухачів щодо виду радіостанцій у віковому розрізі:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| **Перша вікова група – від 14 до 22 років** |
| Радіостанції дротового мовлення | 4 | 2,14 |
| FM-радіостанції | 157 | 83,96 |
| Інтернет-радіостанції | 26 | 13,91 |
| Разом | 187 | 100,00 |

| **Друга вікова група – від 23 до 30 років**  |
| --- |
| Радіостанції дротового мовлення | 9 | 4,90  |
| FM-радіостанції | 153 | 83,16 |
| Інтернет-радіостанції | 22 | 11,96 |
| Разом | 184 | 100,00 |
| **Третя вікова група – від 31 до 40 років** |
| Радіостанції дротового мовлення | 25 | 13,89 |
| FM-радіостанції | 142 | 78,89 |
| Інтернет-радіостанції | 13 | 7,23 |
| Разом | 180 | 100,00 |
| **Четверта вікова група – від 41 до 50 років**  |
| Радіостанції дротового мовлення | 24 | 13,72 |
| FM-радіостанції | 151 | 86,29 |
| Інтернет-радіостанції | 0 | 0 |
| Разом | 175 | 100,00 |
| **П’ята вікова група – від 51 до 60 років** |
| Радіостанції дротового мовлення | 39 | 21,91 |
| FM-радіостанції | 139 | 78,09 |
| Інтернет-радіостанції | 0 | 0,00 |
| Разом | 178 | 100,00 |
| **Шоста вікова група – понад 60 років** |
| Радіостанції дротового мовлення | 91 | 53,22 |
| FM-радіостанції | 80 | 46,79 |
| Інтернет-радіостанції | 0 | 0,00 |
| Разом | 171 | 100,00 |

**Додаток Б. 3**

**3. Зазначте звичний для Вас час прослуховування радіо.**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Ранкові години (6.00 – 9.00) | 207 | 19,26 |
| Перша половина дня (9.00 –12.00) | 159 | 14,79 |
| Час обідньої перерви (12.00 – 14.00) | 106 | 9,86 |
| Друга половина дня (14.00 – 17.00) | 356 | 33,12 |
| Вечірні години (17.00 – 22.00) | 179 | 16,65 |
| Нічні години (22.00 – 6.00) | 68 | 6,33 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 4**

**4. Вкажіть назви радіостанцій, які Ви слухаєте найчастіше (не більше 3-х).**

|  | Кількість (відповідей) | У % до підсумку |
| --- | --- | --- |
| Радіо Dalmatin 101 FM” (101.1 МГц)  | 169 | 5,70 |
| „Радіо Рось FM” (101.1 МГц) | 45 | 1,53 |
| „Радіо Алла” (101.6 МГц) | 172 | 5,80 |
| „Наше радіо” (102.9 МГц) | 214 | 7,23 |
| „Радіо Ера FM” (103.3 МГц) | 113 | 3,80 |
| „Русское радио–Украина” (103.7 МГц) | 271 | 9,15 |
| „Хіт FM” (104.1 МГц) | 333 | 11,22 |
| „L’Radio” (104.5 МГц) | 155 | 5,23 |
| „Kiss FM” (105.0 МГц) | 172 | 5,80 |
| „Люкс FM” (106.1МГц) | 303 | 10,23 |
| „Радіо Шарманка” (107.1 МГц) | 336 | 11,32 |
| „Радіо Шансон” (107.5 МГц) | 363 | 12,23 |
| „Радіо Рось” ЧОДТРК  | 109 | 3,67 |
| Перша програма Національного радіо України, УР–1 | 133 | 4,48 |
| „Промінь”, УР – 2 | 61 | 2,07 |
| „Культура”, УР–3 | 18 | 0,62 |
| Разом | 2965 | 100,00 |

**Додаток Б. 5**

**5. Які умови прослуховування радіо є для Вас звичними?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Удома | 407 | 37,86 |
| В офісі | 118 | 10,98 |
| У транспорті | 229 | 21,30 |
| На відпочинку | 156 | 14,51 |
| На роботі | 162 | 15,07 |
| Інше | 3 | 0,28 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 6**

**6. Яким радіопрограмам Ви надаєте перевагу найчастіше?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У відсотках до підсумку |
| Музично-розважальним  | 601 | 55,91 |
| Інформаційним | 332 | 30,88 |
| Рекламним | 41 | 3,81 |
| Спортивним | 54 | 5,02 |
| Релігійним | 4 | 0,37 |
| Мистецьким | 38 | 3,53 |
| Ваш варіант | 5 | 0,47 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 7**

**7. Прослуховування радіо є для Вас?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Заняттям, що вимагає абсолютної уваги | 51 | 4,74 |
| Фоном для роботи й відпочинку | 802 | 74,60 |
| Формою дозвілля | 218 | 20,28 |
| Інше  | 4 | 0,37 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 8**

**8. На думку психологів, радіо є одним із „найінтимніших” ЗМІ. Чи погоджуєтеся Ви з цією думкою?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Цілком погоджуюся | 269 | 25,02 |
| Частково погоджуюся | 331 | 30,79 |
| Не погоджуюся | 470 | 43,72 |
| Інше  | 5 | 0,47 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 9**

**9. Чи довіряєте Ви рекламі?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Так | 156 | 14,29 |
| Ні | 624 | 58,31 |
| Не визначився | 274 | 25,46 |
| Інше  | 21 | 1,95 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**У розрізі вікових груп:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| **Перша вікова група – від 14 до 22 років** |
| Так | 56 | 29,95 |
| Ні | 78 | 41,71 |
| Не визначився | 49 | 26,20 |
| Інше | 4 | 2,14 |
| Разом | 187 | 100,00 |
| **Друга вікова група – від 23 до 30 років**  |
| Так | 37 | 20,11 |
| Ні | 91 | 49,46 |
| Не визначився | 53 | 28,80 |
| Інше  | 3 | 1,63 |
| Разом | 184 | 100,00 |
| **Третя вікова група – від 31 до 40 років** |
| Так | 22 | 12,22 |
| Ні | 108 | 60,00 |
| Не визначився | 46 | 25,56 |
| Інше  | 4 | 2,22 |
| Разом | 180 | 100,00 |
| **Четверта вікова група – від 41 до 50 років**  |
| Так | 16 | 9,14 |
| Ні | 111 | 63,43 |
| Не визначився | 46 | 26,29 |
| Інше  | 2 | 1,14 |
| Разом | 175 | 100,00 |
| **П’ята вікова група – від 51 до 60 років** |
| Так | 14 | 7,87 |
| Ні | 120 | 67,42 |
| Не визначився | 39 | 21,91 |
| Інше  | 5 | 2,81 |
| Разом | 178 | 100,00 |
| **Шоста вікова група – понад 60 років** |
| Так. | 11 | 6,43 |
| Ні. | 116 | 67,84 |
| Не визначився. | 41 | 23,98 |
| Інше  | 3 | 1,75 |
| Усього | 171 | 100,00 |

**10.–17. Яку з видів реклами Ви вважаєте найбільш ефективною? Відповіді мають стояти в кожному рядку.**

**Додаток Б. 10**

**10. Реклама в газетах і журналах:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Ефективна | 163 | 15,16 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 287 | 26,70 |
| Ефективна за певних умов | 351 | 32,65 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 162 | 15,07 |
| Неефективна | 112 | 10,42 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 11**

**11. Телереклама:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Ефективна | 412 | 38,33 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 301 | 28,00 |
| Ефективна за певних умов | 198 | 18,42 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 99 | 9,21 |
| Неефективна | 65 | 6,05 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 12**

**12. Радіореклама:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Ефективна | 165 | 15,35 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 274 | 25,49 |
| Ефективна за певних умов | 290 | 26,98 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 205 | 19,07 |
| Неефективна | 141 | 13,12 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 13**

**13. Інтернет-реклама:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Ефективна | 136 | 12,65 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 173 | 16,09 |
| Ефективна за певних умов | 312 | 29,02 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 261 | 24,28 |
| Неефективна | 193 | 17,95 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 14**

**14. Зовнішня реклама:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Ефективна | 158 | 14,70 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 279 | 25,95 |
| Ефективна за певних умов | 261 | 24,28 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 228 | 21,21 |
| Неефективна | 149 | 13,86 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 15**

**15. Реклама в (на) транспорті**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У відсотках до підсумку |
| Ефективна | 149 | 13,86 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 212 | 19,72 |
| Ефективна за певних умов | 271 | 25,21 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 248 | 23,07 |
| Неефективна | 195 | 18,14 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 16**

**16. Поштова розсилка:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У відсотках до підсумку |
| Ефективна | 91 | 8,47 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 175 | 16,28 |
| Ефективна за певних умов | 314 | 29,21 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 239 | 22,23 |
| Неефективна | 256 | 23,81 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 17**

**17. Особисті прямі продажі:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Ефективна | 267 | 24,84 |
| Більше ефективна, ніж неефективна | 230 | 21,40 |
| Ефективна за певних умов | 229 | 21,30 |
| Більше неефективна, ніж ефективна | 164 | 15,26 |
| Неефективна | 185 | 17,21 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 18**

**18. Ставлення до реклами на радіо.**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Подобається вся реклама, що звучить в радіоефірі | 64 | 5,95 |
| Цілком негативне Мені не подобається ніяка радіо реклама | 269 | 25,02 |
| Нейтральне. Частково подобається | 481 | 44,74 |
| Байдуже | 257 | 23,91 |
| Інше | 4 | 0,37 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 19**

**19. Як часто Ви перемикаєте радіоприймач на іншу хвилю, коли чуєте рекламу?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Завжди перемикаю | 398 | 37,02 |
| Ніколи не перемикаю | 150 | 13,95 |
| Інколи перемикаю | 523 | 48,65 |
| Власний варіант | 4 | 0,37 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**20 – 28 Які жанри радіореклами Ви запам’ятовуєте найкраще?**

**Додаток Б. 20**

**20. Рекламне оголошення:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 165 | 15,35 |
| Добре | 216 | 20,09 |
| Задовільно | 290 | 26,98 |
| Погано | 241 | 22,42 |
| Не запам’ятовується | 163 | 15,16 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 21**

**21. Рекламна репліка:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 98 | 9,12 |
| Добре | 289 | 26,88 |
| Задовільно | 356 | 33,12 |
| Погано | 179 | 16,65 |
| Не запам’ятовується | 153 | 14,23 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 22**

**22. Віршоване рекламне повідомлення**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 195 | 18,14 |
| Добре | 329 | 30,60 |
| Задовільно | 307 | 28,56 |
| Погано | 145 | 13,49 |
| Не запам’ятовується | 99 | 9,21 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 23**

**23. Радіодіалог (обмін репліками):**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 135 | 12,56 |
| Добре | 264 | 24,56 |
| Задовільно | 349 | 32,47 |
| Погано | 215 | 20,00 |
| Не запам’ятовується | 112 | 10,42 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 24**

**24. Радіоанонс:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 157 | 14,60 |
| Добре | 185 | 17,21 |
| Задовільно | 379 | 35,26 |
| Погано | 225 | 20,93 |
| Не запам’ятовується | 129 | 12,00 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 25**

**25. Радіоафіша:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 125 | 11,63 |
| Добре | 253 | 23,53 |
| Задовільно | 312 | 29,02 |
| Погано | 231 | 21,49 |
| Не запам’ятовується | 154 | 14,33 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 26**

**26. Рекламний радіоспот (міні-сценка, ролик):**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 217 | 20,19 |
| Добре | 259 | 24,09 |
| Задовільно | 284 | 26,42 |
| Погано | 179 | 16,65 |
| Не запам’ятовується | 136 | 12,65 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 27**

**27. Рекламна пісенька:**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Найкраще | 301 | 28,00 |
| Добре | 290 | 26,98 |
| Задовільно | 221 | 20,56 |
| Погано | 165 | 15,35 |
| Не запам’ятовується | 98 | 9,12 |
| Усього | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 28**

**28. Яка тривалість рекламного радіоролика є прийнятною для Вас?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| До 15 секунд | 559 | 52,00 |
| 30 секунд | 334 | 31,07 |
| 45 секунд | 76 | 7,07 |
| Більше хвилини | 51 | 4,74 |
| Більше двох хвилин | 28 | 2,60 |
| Інше | 27 | 2,51 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 29**

**29. Що Вас найбільше зацікавлює в рекламі на радіо?**

|  | Частотність (кількість) відповідей |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Зміст рекламного ролика | 322 | 14,88 |
| Музичне оформлення та шумові ефекти | 430 | 19,87 |
| Побудова ролика | 132 | 6,10 |
| Цікавий сюжет | 440 | 20,33 |
| Голос диктора (актора, ведучого) | 226 | 10,44 |
| Ціна товару/послуги | 173 | 7,99 |
| Товари і послуги, що рекламуються | 154 | 7,12 |
| Реквізити (адреси, номера телефонів тощо) | 92 | 4,25 |
| Назва торгової марки | 153 | 7,07 |
| Інше | 42 | 1,94 |
| Разом | 2164 | 100,00 |

**Додаток Б. 30**

**30 Що Вас найбільше дратує в радіорекламі?**

|  | Частотність (кількість) відповідей |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| Інтонація ведучого | 225 | 10,34 |
| Одноманітність форм і жанрів | 348 | 15,99 |
| Повторюваність роликів  | 639 | 29,35 |
| Швидкий темп мовлення | 284 | 13,05 |
| Примітивний сюжет | 399 | 18,33 |
| Мовленнєві помилки | 274 | 12,59 |
| Інше | 8 | 0,37 |
| Разом | 2177 | 100,00 |

**Додаток Б. 31**

**31. Чи встигаєте Ви записати адресу, номери телефонів, ліцензій у радіорекламі?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У відсотках до підсумку |
| Так | 77 | 7,16 |
| Інколи | 411 | 38,23 |
| Не з першого разу | 348 | 32,37 |
| Ніколи | 190 | 17,67 |
| Інше  | 49 | 4,56 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 32**

**32. Як часто протягом минулого місяця Ви купували товари, користувалися послугами, реклама яких звучала на радіо?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У відсотках до підсумку |
| Дуже часто (кілька разів на тиждень) | 11 | 1,02 |
| Інколи (кілька разів на місяць) | 140 | 13,02 |
| Дуже рідко (один раз на місяць | 295 | 27,44 |
| Ніколи | 620 | 57,67 |
| Інше | 9 | 0,84 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додаток Б. 33**

**33. Яке, на Вашу думку, має бути співвідношення в черкаській радіорекламі україномовних та російськомовних роликів?**

|  | Кількість тих, хто відповів на запитання |
| --- | --- |
| Кількість (осіб) | У % до підсумку |
| 100 % черкаської радіореклами повинно звучати українською  | 411 | 38,23 |
| 50 % – українською, 50 % – російською | 367 | 34,14 |
| Більша частина українською мовою, менша – російською | 206 | 19,16 |
| Більша частина російською мовою, менша –українською | 74 | 6,88 |
| Інше | 17 | 1,58 |
| Разом | 1075 | 100,00 |

**Додатки Б. 34 –39**

**34. – 39. Назвіть ознаки радіореклами, які, на Вашу думку, є визначальними, дайте їм оцінку. Відповіді мають стояти в кожному рядкові.**

|  |  | Позитивне | Негативне |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Кількісний показник****(осіб)** | **У % до підсумку** | **Кількісний показник****(осіб)** | **У % до підсумку** |
| **34.** | Швидкоплинність. | 709 | 65,95 | 366 | 34,05 |
| **35.** | Широта охоплення аудиторії. | 695 | 64,65 | 380 | 35,35 |
| **36.** | Живий характер спілкування. | 755 | 70,23 | 320 | 29,77 |
| **37.** | Фоновість. | 502 | 46,70 | 573 | 53,30 |
| **38.** | Динамізм. | 651 | 60,56 | 424 | 39,44 |
| **39.** | Мобільність та оперативність. | 750 | 69,77 | 325 | 30,23 |

**Додаток Б. 40**

**40. Які товари та послуги, за Вашими переконаннями, найефективніше рекламувати на радіо?**

|  |  |
| --- | --- |
| Кількість (відповідей) | У % до підсумку |
| Будматеріали та сантехніка | 186 | 6,40 |
| Товари для спорту й відпочинку | 179 | 6,16 |
| Алкогольні напої. Тютюнові вироби | 76 | 2,62 |
| Промислове обладнання й технології | 58 | 2,00 |
| Послуги розважальних закладів та закладів харчування (клуби, дискотеки, кафе, ресторани) | 438 | 15,08 |
| Послуги зв’язку і телекомунікації | 137 | 4,72 |
| Торгівельні послуги. Інформація про розпродажі й знижки | 369 | 12,70 |
| Транспортні послуги. Таксі та вантажні перевезення | 223 | 7,68 |
| Послуги фінансових установ | 71 | 2,44 |
| Освіта, робота, соціальні гарантії | 238 | 8,19 |
| Медичні послуги. Послуги знахарів і цілителів | 98 | 3,37 |
| Туристичні послуги | 251 | 8,64 |
| Побутова, аудіо-та відеотехніка | 68 | 2,34 |
| Продукти харчування.Сільськогосподарська продукція. | 41 | 1,41 |
| Газети й журнали, радіостанції | 92 | 3,17 |
| Комп’ютерна техніка та програмне забезпечення | 71 | 2,44 |
| Лікарські препарати | 91 | 3,13 |
| Меблі й будівельні матеріали. | 38 | 1,31 |
| Побутова хімія. Миючі засоби | 21 | 0,72 |
| Прикраси, косметика, парфумерія | 18 | 0,62 |
| Нерухомість | 59 | 2,03 |
| Канцелярські предмети, іграшки | 9 | 0,31 |
| Одяг, взуття, аксесуари | 53 | 1,82 |
| Інше | 20 | 0,69 |
| Разом | 2905 | 100,00 |