СПЕЦИФИКАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ
ПО ИЗУЧЕНИЮ АУДИТОРИИ РАДИОСЛУШАНИЯ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА 2026 ГОД

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ 3
2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ 4
3. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ 10
4. МЕДИАПОКАЗАТЕЛИ 11
5. ФОРМА И СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ 13

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

Основной целью проекта является создание системы измерения аудитории радио для регулярного получения информации об объемах и характеристиках аудитории радиостанций среди населения Республики Беларусь, проживающего в областных центрах и г. Минске в возрасте от 15 до 64 лет.

Основное назначение системы – предоставление информации, необходимой:

радиостанциям:

для повышения эффективности расходования средств на формирование радиоэфира и привлечение аудитории;

для анализа и построения программных сеток радиовещания, включая анализ программных сеток конкурентов;

для построения эффективной системы продаж рекламного времени\аудитории радиостанций;

рекламодателям и рекламным агентствам:

для повышения эффективности расходования средств на приобретение рекламного времени\размещения рекламы;

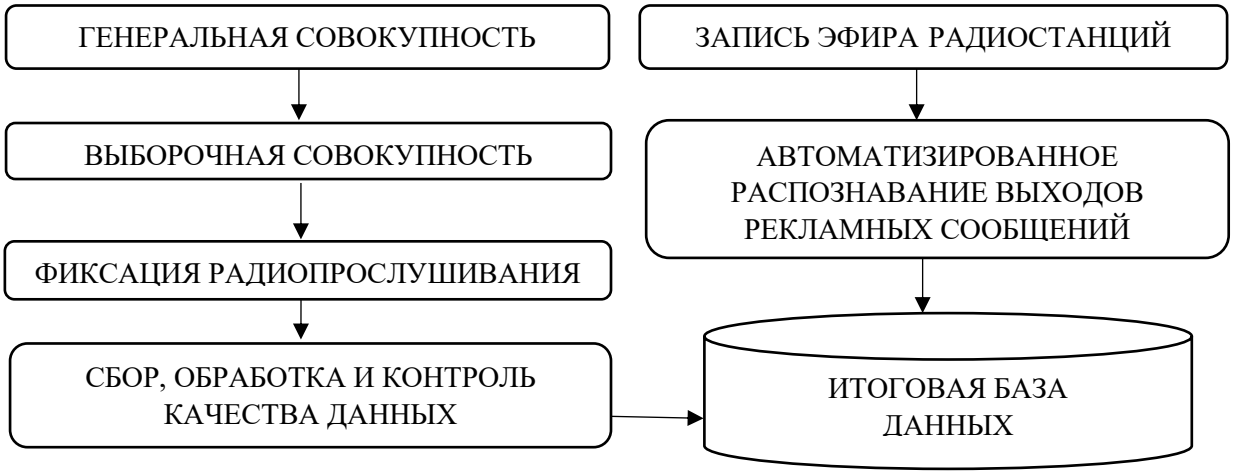
для стандартизации планирования и распределения бюджетов между радиостанциями;

государственным органам:

для оценки эффективности затрат на развитие и поддержку радиостанций;

для оценки эффективности государственной информационной политики.

Этапы реализации проекта структурно отражены на схеме:



Генеральной совокупностью измерительной системы является городское население Республики Беларусь, проживающее в областных центрах и г. Минске, в возрасте от 15 до 64 лет.

С учетом планируемого объема ежемесячной выборки 3750 следующие генеральные совокупности могут рассматриваться в качестве отдельных саморепрезентирующихся страт:

г. Минск и областные центры;

г. Минск;

отдельно каждый областной центр.

Информация о радиовещании собирается посредством телефонных интервью (Computer Assisted Telephone Interviewing – CATI) с помощью программного обеспечения (далее – ПО), которое предназначено для:

сбора данных исследования;

сбора социально-демографической информации;

контроля логики заполнения анкеты операторами;

контроля качества;

взвешивания данных.

2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 Генеральная совокупность исследования – это городское население Республики Беларусь, проживающее в областных центрах и г. Минске в возрасте от 15 до 64 лет.

В исследовании репрезентируются 7 генеральных совокупностей:

1: Республика Беларусь – жители города Минска и областных центров Беларуси (Брест, Витебск, Гомель, Гродно, Могилев);

2: Минск – жители города Минска;

3-7: Областной центр – жители каждого областного центра в отдельности.

2.2 География проведения опроса: Минск, Брест, Витебск, Гомель, Гродно, Могилев.

2.3 Описание и объем выборочной совокупности:

Под выборочной совокупностью (далее выборкой) понимают набор респондентов, отобранных для проведения телефонного интервью в исследовании.

Выборка исследования является стратифицированной, квотной непропорциональной случайной многоступенчатой.

Плановый размер выборки составляет 3750 респондентов ежемесячно. Размер отчетной выборки составляет не менее 95% от планового размера.

Процедура взвешивания обеспечивает принцип соответствия выборки контрольным параметрам генеральной совокупности.

Ежемесячный размер выборки

Ежемесячный размер выборки составляет 3750 респондентов.

Размер выборки для каждого города исследования и распределение по полу и возрасту рассчитывается на основе данных Национального статистического комитета на 1 января 2025 г. пропорционально распределению жителей данных городов по полу и возрасту в генеральной совокупности.

Количество в генеральной совокупности – 2 670 685 человек:

Минск	**Муж**	**Жен**
Всего	648 967	728 770
15-24	122 043	122 957
25-34	125 856	136 313
35-44	182 885	196 291
45-54	121 422	138 960
55-64	96 761	134 249
Брест	**Муж**	**Жен**
Всего	105 918	125 122
15-24	20 402	20 229
25-34	19 787	22 724
35-44	29 968	34 288
45-54	20 933	26 331
55-64	14 828	21 550

Витебск	**Муж**	**Жен**
Всего	113 318	130 274
15-24	19 201	20 827
25-34	19 892	19 945
35-44	32 140	35 462
45-54	25 291	29 591
55-64	16 794	24 449
Гомель	**Муж**	**Жен**
Всего	158 630	180 560
15-24	29 950	27 787
25-34	28 370	30 025
35-44	40 809	46 393
45-54	32 882	39 395
55-64	26 619	36 960

Гродно	**Муж**	**Жен**
Всего	112 306	128 734
15-24	24 434	26 089
25-34	20 643	21 738
35-44	31 481	33 864
45-54	20 549	24 824
55-64	15 199	22 219
Могилев	**Муж**	**Жен**
Всего	112 483	125 603
15-24	20 675	19 484
25-34	20 367	21 048
35-44	29 874	32 211
45-54	23 042	26 733
55-64	18 525	26 127

Количество в генеральной совокупности, %:

Минск	**Муж**	**Жен**
15-24	4.6%	4.6%
25-34	4.7%	5.1%
35-44	6.8%	7.3%
45-54	4.5%	5.2%
55-64	3.6%	5.0%
Брест	**Муж**	**Жен**
15-24	0.8%	0.8%
25-34	0.7%	0.9%
35-44	1.1%	1.3%
45-54	0.8%	1.0%
55-64	0.6%	0.8%

Витебск	**Муж**	**Жен**
15-24	0.7%	0.8%
25-34	0.7%	0.7%
35-44	1.2%	1.3%
45-54	0.9%	1.1%
55-64	0.6%	0.9%
Гомель	**Муж**	**Жен**
15-24	1.1%	1.0%
25-34	1.1%	1.1%
35-44	1.5%	1.7%
45-54	1.2%	1.5%
55-64	1.0%	1.4%

Гродно	**Муж**	**Жен**
15-24	0.9%	1.0%
25-34	0.8%	0.8%
35-44	1.2%	1.3%
45-54	0.8%	0.9%
55-64	0.6%	0.8%
Могилев	**Муж**	**Жен**
15-24	0.8%	0.7%
25-34	0.8%	0.8%
35-44	1.1%	1.2%
45-54	0.9%	1.0%
55-64	0.7%	1.0%

Количество в выборке, чел:

Минск	**Муж**	**Жен**
Всего	911	1 023
15-24	171	173
25-34	177	191
35-44	257	276
45-54	170	194
55-64	136	189
Брест	**Муж**	**Жен**
Всего	150	175
15-24	29	28
25-34	28	32
35-44	42	48
45-54	30	37
55-64	21	30

Витебск	**Муж**	**Жен**
Всего	160	182
15-24	28	29
25-34	27	28
35-44	45	49
45-54	36	42
55-64	24	34
Гомель	**Муж**	**Жен**
Всего	222	253
15-24	42	39
25-34	40	42
35-44	57	65
45-54	46	55
55-64	37	52

Гродно	**Муж**	**Жен**
Всего	157	182
15-24	34	37
25-34	29	31
35-44	44	48
45-54	29	35
55-64	21	31
Могилев	**Муж**	**Жен**
Всего	158	177
15-24	29	27
25-34	29	30
35-44	42	45
45-54	32	38
55-64	26	37

2.4 Контрольные параметры

Контролируемые параметры выборки – регион, пол, возраст. На первом этапе отбора контролируется регион проживания респондента. На втором – половозрастная группа.

Репрезентативность выборочной совокупности обеспечивается за счет соответствия фактических распределений по полу и возрастным группам контрольным параметрам этих характеристик в генеральной совокупности (задание квот, рассчитанных на основании распределения половозрастных групп и города проживания в соответствии с генеральной совокупностью). Квоты рассчитываются на основании данных о населении исследуемых городов Национального статистического комитета. Отклонения от квоты корректируются с помощью процедуры взвешивания. В качестве контрольных параметров для взвешивания используются данные Национального статистического комитета Республики Беларусь на 1 января 2025 г.

Контрольные параметры

Контрольный параметр	% населения	Контрольный параметр	% населения
Брест_15-24_мужской	0.8%	Брест_15-24_женский	0.8%
Брест_25-34_мужской	0.7%	Брест_25-34_женский	0.9%
Брест_35-44_мужской	1.1%	Брест_35-44_женский	1.3%
Брест_45-54_мужской	0.8%	Брест_45-54_женский	1.0%
Брест_55-64_мужской	0.6%	Брест_55-64_женский	0.8%
Витебск_15-24_мужской	0.7%	Витебск_15-24_женский	0.8%
Витебск_25-34_мужской	0.7%	Витебск_25-34_женский	0.7%
Витебск_35-44_мужской	1.2%	Витебск_35-44_женский	1.3%
Витебск_45-54_мужской	0.9%	Витебск_45-54_женский	1.1%
Витебск_55-64_мужской	0.6%	Витебск_55-64_женский	0.9%
Гомель_15-24_мужской	1.1%	Гомель_15-24_женский	1.0%
Гомель_25-34_мужской	1.1%	Гомель_25-34_женский	1.1%
Гомель_35-44_мужской	1.5%	Гомель_35-44_женский	1.7%
Гомель_45-54_мужской	1.2%	Гомель_45-54_женский	1.5%
Гомель_55-64_мужской	1.0%	Гомель_55-64_женский	1.4%
Гродно_15-24_мужской	0.9%	Гродно_15-24_женский	1.0%
Гродно_25-34_мужской	0.8%	Гродно_25-34_женский	0.8%
Гродно_35-44_мужской	1.2%	Гродно_35-44_женский	1.3%
Гродно_45-54_мужской	0.8%	Гродно_45-54_женский	0.9%
Гродно_55-64_мужской	0.6%	Гродно_55-64_женский	0.8%
Минск_15-24_мужской	4.6%	Минск_15-24_женский	4.6%
Минск_25-34_мужской	4.7%	Минск_25-34_женский	5.1%
Минск_35-44_мужской	6.8%	Минск_35-44_женский	7.3%
Минск_45-54_мужской	4.5%	Минск_45-54_женский	5.2%
Минск_55-64_мужской	3.6%	Минск_55-64_женский	5.0%
Могилев_15-24_мужской	0.8%	Могилев_15-24_женский	0.7%
Могилев _25-34_мужской	0.8%	Могилев _25-34_женский	0.8%
Могилев _35-44_мужской	1.1%	Могилев _35-44_женский	1.2%
Могилев _45-54_мужской	0.9%	Могилев _45-54_женский	1.0%
Могилев _55-64_мужской	0.7%	Могилев _55-64_женский	1.0%

Квотное задание на месяц

	мужчины	женщины
Минск	**911**	**1 023**
15-24	171	173
25-34	177	191
35-44	257	276
45-54	170	194
55-64	136	189
Брест	**150**	**175**
15-24	29	28
25-34	28	32
35-44	42	48
45-54	30	37
55-64	21	30
Витебск	**160**	**182**
15-24	28	29
25-34	27	28
35-44	45	49
45-54	36	42
55-64	24	34
Гомель	**222**	**253**
15-24	42	39
25-34	40	42
35-44	57	65
45-54	46	55
55-64	37	52
Гродно	**157**	**182**
15-24	34	37
25-34	29	31
35-44	44	48
45-54	29	35
55-64	21	31
Могилев	**158**	**177**
15-24	29	27
25-34	29	30
35-44	42	45
45-54	32	38
55-64	26	37
Всего	**1 758**	**1 992**
	3750	

Данные взвешиваются и нормируются с точностью до генеральной совокупности (т.е. все респонденты, которые проживают в различных областных центрах, объединяются в одно множество, и процедура взвешивания проводится среди них) и дня недели (т.е. все респонденты, которые опрашивались за определенный день недели: понедельник, вторник, среда, четверг, пятница, суббота, воскресенье), объединяются в одно множество, и процедура взвешивания проводится среди них). Оптимальная

величина коэффициента взвешивания – не менее 0,5 и не более 2 при эффективности системы взвешивания не ниже 65%.

2.5 Принципы сбора данных

2.5.1. Основными принципами сбора данных являются:

по одному номеру телефона может быть опрошен только один респондент;

в одном домохозяйстве может быть опрошен только один респондент;

один и тот же респондент не может попасть в выгрузку дважды.

2.5.2 Считаются нерезультативными и не попадают в итоговую выборку анкеты, в которых:

отмечается, что респондент живет в других населенных пунктах, кроме городов опроса;

возраст респондента не соответствует диапазону 15-64 года;

в результате аудиоконтроля обнаруживаются несоответствия записи и внесенных данных, и их нельзя исправить;

в результате аудиоконтроля выявлены иные грубые методологические нарушения;

респондент утверждал, что слушал более 10 радиостанций в рамках одной сессии прослушивания;

длительность непрерывного прослушивания превышает 14 часов;

вызывает сомнение адекватность респондента (невнятная речь, отсутствует логика в ответах, много говорит не по теме и т.п.).

2.5.3. «Другое» отмечается в случае, если респондент указывает, что слушает какие-либо радиостанции не из списка.

2.5.3.1. «Другое» учитывается в расчете общего объема радиослушания без разбивки по радиостанциям.

2.5.4. если респондент указывает названия некоторых радиостанций, а по некоторым названия указать не может, но говорит, что слушал, то не уточненные радиостанции не отмечаются вообще.

2.5.5. если респондент не в состоянии вспомнить, какие радиостанции он слушал за вчерашний день, то интервью прекращается, и анкета не считается результативной.

2.5.6. График работы операторов колл-центра учитывает государственные праздничные дни и связанные с ними переносы рабочих дней согласно производственному календарю.

В случаях, когда праздничный день приходится на один из будних дней недели и является нерабочим, опрос за соответствующий день не осуществляется. В случаях переноса рабочих дней на субботу, опрос за рабочую субботу не осуществляется.

Опрос начинается с 9 января в связи с новогодними праздниками.

2.6 Контроль качества и обработка данных

Контроль качества осуществляется поэтапно следующим образом:

автоматический контроль специальным модулем используемого ПО;
аудиоконтроль;
проверка массива данных на логику и полноту заполнения.

2.6.1. Автоматический контроль.

При автоматическом контроле ПО предлагает для исправления анкеты с ошибками.

Супервайзером проверяются все предложенные анкеты. Ошибки исправляются, в противном случае анкеты считаются нерезультативными и не попадают в итоговую выборку.

Категории ошибок и способы их исправления

Категория ошибки	Описание и исправление
Длительность прослушивания более 14 часов	Из массива удаляются анкеты, где непрерывное прослушивание составляет более 14 часов.
Количество радиостанций	Из массива удаляются анкеты, в которых отмечено прослушивание более 10 радиостанций в рамках одной сессии прослушивания.
Отсутствует демографическая информация	Система показывает анкеты, где полностью или частично отсутствует социально-демографическая информация. Отсутствующая информация восстанавливается супервайзером в соответствии с аудиозаписью. Если дополнить анкету не представляется возможным, то анкета попадает в брак.
Есть комментарий к анкете	Система показывает анкеты, где операторы оставили комментарии, чтобы супервайзер мог убедиться в корректности заполнения или исправить ошибки, которые мог допустить оператор.
Начало и окончание прослушивания	Система показывает анкеты, где интервал слушания не отмечен или отмечен некорректно. В таком случае ошибка исправляется супервайзером на основании аудиозаписи. Если исправить ошибку не представляется возможным, анкета попадает в брак.
Незавершенные анкеты	Система показывает анкеты, в которых отсутствуют ответы на один или несколько вопросов. Анкета дополняется супервайзером по аудиозаписи. В случае невозможности закончить анкету, она попадает в брак.

Для тех, у кого окончание интервала прослушивания позже 6 часов утра, интервал автоматически обрезается до 6 утра, так как радиосутки в рамках данного исследования принимаются с 6 утра до 6 утра.

2.6.2. Аудиоконтроль осуществляется с целью выявления нарушений методики исследования, полноты и правильности заполнения. Анкета считается нерезультативной и не попадает в итоговую выборку в случаях нарушения методологии опроса, грубых нарушениях скрипта, фальсификации данных о городе проживания, возрасте, длительности слушания и других.

Аудиоконтроль осуществляется выборочно по 30% анкет каждого интервьюера. При обнаружении ошибок у одного интервьюера проверяется весь массив этого интервьюера.

2.6.3. Проверка массива данных на логику и полноту заполнения.

При проверке массива данных на логику и полноту заполнения контролируется порядок всех вопросов с учетом логики переходов. При пропущенных значениях переменных в базе данные по возможности исправляются (путем прослушивания соответствующей записи интервью и ввода необходимого значения переменной), в противном случае анкета считается нерезультативной и не попадает в итоговую выборку.

При этом контролируется:

социально-демографические показатели (пол, возраст);

соответствие города проживания, города слушания и отмеченных радиостанций;

длительность сессий прослушивания.

2.6.4. Особенности формирования базы.

Формирование базы данных осуществляется по роллинговому принципу, при котором происходит ежемесячное обновление данных с учетом результатов, полученных в месяце, предшествующем месяцу выгрузки.

В зависимости от общего объема выборки, попавшего в массив данных и достаточного для анализа, используется два роллинговых периода: короткий и длинный.

Длинный период выгрузки составляет 6 месяцев. Короткий период выгрузки составляет 3 месяца.

3. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. Радиоизмерение состоит из интервью с респондентами, отобранными методом дозвона по базе номеров, предоставленной операторами электросвязи, а также по случайным комбинациям цифр (*Random Digit Dialing – RDD*). Звонки на стационарные номера осуществляются для достижения старшей возрастной группы и составляют не более 10%.

Методологический инструментарий (анкета) телефонного опроса сформирован на основании методики *Day-After-Recall* (*DAR*), в рамках которой респонденту предлагается детально вспомнить вчерашний день прослушивания. Оператор фиксирует радиостанции, которые за вчерашний день слушал респондент, и временные интервалы в отношении каждой прослушанной радиостанции.

Структура телефонного интервью включает в себя следующие блоки вопросов:

Вы слушали радио вчера?

В какое время (начало/конец)?

Где?

На каком устройстве?

Какие радиостанции?

Анкета представлена в приложении к настоящей спецификации.

Интервью считается состоявшимся, если респондент ответил на все вопросы анкеты с учетом переходов, независимо от того, слушал он радио или нет. Такое интервью включается в итоговую выборку.

Если в рамках одной сессии прослушивания респондент слушал более одной радиостанции, то при расчете показателей радиослушания данный интервал делится поровну между всеми радиостанциями.

Пример:

респондент слушал три радиостанции с 22:15 до 23:00. Этот респондент слушал радио в общей сложности 45 минут. Следовательно, итоговый отчет не должен превышать 45 минут прослушивания радио для этого респондента. Поскольку мы не знаем, какую радиостанцию слушал респондент в течение какого времени, единственный способ оценить аудиторию этих радиостанций – распределить общее время прослушивания поровну между ними.

3.2. Показатель радиослушания за неделю рассчитывается на основе вопроса о слушании радио за прошедшую неделю (Слушали ли Вы радио за последние 7 дней? Какие радиостанции Вы слушали за последние 7 дней?). Полученные ответы вносятся в программное обеспечение, в специальном модуле которого производится расчет показателей радиослушания за неделю в разрезе радиостанций с учетом весовых коэффициентов (город, пол, возраст).

4. МЕДИАПОКАЗАТЕЛИ

В результате обработки полученных по методике DAR эмпирических данных в Instar Analytics рассчитываются следующие медиапоказатели:

Показатель	Описание
AvRch(000) / AvRch%	Количество человек, которые заявили, что слушали радио вчера. Может выражаться в тысячах или в процентах от общей численности исследуемой аудитории. Для расчета среднесуточного охвата необходимо выбрать временной интервал Total Day. Также может быть рассчитан для любого другого временного интервала. При расчете показателя каждый человек учитывается один раз. $\mathrm{AvRch(000)} = \frac{\sum_{day} (\sum_{i=1}^{n} Contact_i^{day} * weight_i)}{Days}$ $\mathrm{AvRch\%} = \frac{\sum_{day} \frac{\sum_{i=1}^{n} Contact_i^{day} * weight_i}{Universe_{target}^{day}}}{Days} * 100$ *Пример: для радиостанции X AvRch равен 87тыс. человек или 3,2% в временном интервале «Total Day». Это значит, что в среднем за сутки эту радиостанцию слушают 87 тысяч человек или 3,2% генеральной совокупности.*

Показатель	Описание
AvTime (Listen) и AvTime (All)	Среднее время прослушивания радиостанции в расчете от населения (AvTime(All)) или тех, кто слушал радио вчера (AvTime(Listen)). $\text{AvAud(All)Min} = \frac{\sum_{i=1}^{n}(min_i * Weight_i)}{Days * Universe_{target}}$ $\text{AvTime(Listen)} = \frac{\sum_{i=1}^{n}(min_i * weight_i)_{if\ i\ satisfy\ ReahCondition}}{Days * AvRch(000)}$ *Пример: среднее время прослушивания радиостанции X в день среди всего населения составляет 4,6 минуты;* *среднее время прослушивания радиостанции X в день составляет 144,5 минут среди слушателей радио в целом.*
Share	Процент тех, кто слушал конкретную радиостанцию, от тех, кто слушал радио в целом в анализируемом временном периоде. Можно рассчитать как за сутки, так и за любой другой временной интервал. $\text{Share} = \frac{\text{Rtg\%}_{chan}}{\text{Rtg\%}_{TTV}} * 100\%$ *Пример: доля радиостанции X среди слушателей радио составляет 12,6%. Это означает, что среди тех, кто слушал радио в это время, 12,6% слушали данную радиостанцию.*
Rtg(000) / Rtg %	Усредненное количество слушателей в 15-минутном временном интервале в тысячах или процентах от генеральной совокупности или любой созданной пользователем социально-демографической группы. $\text{Rtg(000)} = \frac{\sum_{day}^{period}\sum_{i}^{n} min_i^{day} * weight_i^{day}}{\sum_{day}^{period} SupportDuration^{day}}$ $\text{Rtg\%} = \frac{\sum_{day}^{period}\frac{\sum_{i}^{n} min_i^{day} \cdot weight_i^{day}}{Universe_{target}^{day}}}{\sum_{day}^{period} Min^{day}} \cdot 100$ *Пример: для радиостанции X Rtg равен 8000 тыс. человек или 0.3%. Это значит, что в усредненном 15-минутном интервале времени среднее количество слушателей данной радиостанции составляет 8000 человек или 0,3% от генеральной совокупности.*
Sample	Среднедневная выборка: среднее количество респондентов, опрошенных за определенный день недели в исследуемом периоде: и те, кто слушает, и те, кто не слушает радио. $\text{Sample} = \frac{\sum_{day=1}^{n}(\sum_{indiv=1}^{k} 1\ if\ i\ \in target)}{Days}$ *Общий размер выборки за период 3(6) месяцев можно узнать следующим способом: если выбрать статистику Sample при остальных параметрах, установленных по умолчанию, то полученное в отчете число будет средним, поэтому его следует умножить на 7 (для 7 дней недели).*

Показатель	Описание
Universe	Размер генеральной совокупности по анализируемой социально-демографической группе. $\text{Universe} = \frac{\sum_{Day=1}^{n} Universe_{Day}}{Days}$
TgSat%	Показывает социально-демографический профиль слушателя. Для расчета данной статистики необходимо в качестве базы задать Total Ind. (Reference target). $\text{TgSat\%} = \frac{[\sum_{i=1}^{target} min_i * weight_i]_{channel}^{timeband}}{[\sum_{i=1}^{Ref\ Target} min_i * weight_i]_{channel}^{timeband}} * 100$ *Пример: TgSat% радиостанции X по возрасту составляет:* *15-24 – 5%* *25-34 – 18%* *35-44 – 17%* *45-54 – 55%* *55-64 – 5%* *Основная часть слушателей данной радиостанции – это люди в возрасте 45-54 года. Сумма по всем исследуемым группам равна 100%.*
TgAfin%	Показатель выраженности рейтинга среди слушателей в целевой аудитории относительно слушателей в общей численности исследуемой аудитории. $\text{TgAfin\%} = \frac{Rtg\%_{chan}^{target}}{Rtg\%_{chan}^{ref\ target}} * 100$ *Пример: TgAfin% аудитории радиостанции X в возрасте 15-24 лет составляет 121%, а аудитории 45-54 – 42%. Это значит, что качество контактов ЦА в возрасте 15-24 с радиостанцией лучше, чем качество контактов базовой аудитории. А качество контактов ЦА в возрасте 45-54 – хуже, чем базовой.*

5. ФОРМА И СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Данные исследований Радиоизмерений за соответствующий период исследований предоставляются по электронным каналам связи (FTP) не позднее 16 числа месяца, следующего за периодом проведения исследований Радиоизмерений, и используются в программном обеспечении Instar Analytics Radio. Выгрузка данных исследований Радиоизмерений за месячный период исследований осуществляется в составе данных за совокупные роллинговые периоды исследований (в зависимости от накопленного объема выборки), последним месяцем которых является данный месячный период.

Отдельно предоставляется следующая информация:

о показателях радиослушания за неделю в целом по стране без разбивки по городам и половозрастным группам в электронном виде в табличном формате (ежемесячно);

отчет с описанием ключевых показателей радиостанций (ежемесячно);

ежеквартальный отчет с описанием ключевых показателей.