

**СПЕЦИФИКАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ
ПО ИЗУЧЕНИЮ АУДИТОРИИ РАДИОСЛУШАНИЯ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ на 2022 год**

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ	3
2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	4
3. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ.....	11
4. МЕДИАПОКАЗАТЕЛИ.....	11
5. ФОРМА И СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ	14

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;

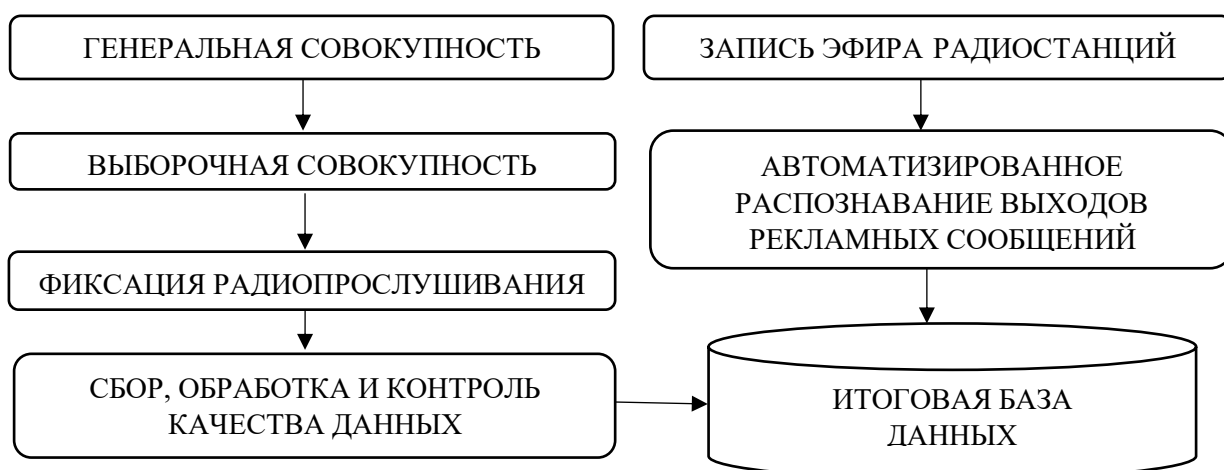
для стандартизации планирования и распределения бюджетов между радиостанциями;

государственным органам:

для оценки эффективности затрат на развитие и поддержку радиостанций;

для оценки эффективности государственной информационной политики.

Этапы реализации проекта структурно отражены на схеме:



Данные по мониторингу поставляются по отдельному договору.

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 в 1 850 респондентов 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) и программного обеспечения обработки данных RAMAPP (далее – ПО RAMAPP).

- ПО RAMAPP – разработано Kantar Турция, предназначено для:
 - сбора данных исследований;
 - сбора демографической информации;
 - контроля действий операторов;
 - 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 – 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 1850 респондентов в месяц. Размер отчетной выборки составляет не менее 95% от планового размера.

Процедура взвешивания обеспечивает принцип соответствия выборки контрольным параметрам генеральной совокупности.

Ежемесячный размер выборки

С 1 мая 2022 года ежемесячный размер выборки составляет 1850 респондентов.

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

Количество в генеральной совокупности, чел:

Минск	Муж	Жен
15-24	114365	115480
25-34	171202	181536
35-44	161237	170692
45-54	106392	125647
55-64	111440	155267
Брест	Муж	Жен
15-24	16369	15859
25-34	26975	30866
35-44	26673	30224
45-54	18516	24530
55-64	16912	24053

Витебск	Муж	Жен
15-24	16350	16911
25-34	29111	31308
35-44	29704	32611
45-54	22811	28087
55-64	18976	27679
Гомель	Муж	Жен
15-24	26548	24945
25-34	37167	41022
35-44	38430	43710
45-54	32192	38568
55-64	28881	40801

Гродно	Муж	Жен
15-24	19625	20044
25-34	27671	29563
35-44	26913	29155
45-54	18129	22518
55-64	18487	25934
Могилев	Муж	Жен
15-24	18440	17944
25-34	26531	27403
35-44	28658	30767
45-54	20475	25358
55-64	21922	29672

Количество в генеральной совокупности, %:

Минск	Муж	Жен
15-24	4.18%	4.22%
25-34	6.26%	6.64%
35-44	5.89%	6.24%
45-54	3.89%	4.59%
55-64	4.07%	5.68%
Брест	Муж	Жен
15-24	0.60%	0.58%
25-34	0.99%	1.13%
35-44	0.98%	1.10%
45-54	0.68%	0.90%
55-64	0.62%	0.88%

Витебск	Муж	Жен
15-24	0.60%	0.62%
25-34	1.06%	1.14%
35-44	1.09%	1.19%
45-54	0.83%	1.03%
55-64	0.69%	1.01%
Гомель	Муж	Жен
15-24	0.97%	0.91%
25-34	1.36%	1.50%
35-44	1.40%	1.60%
45-54	1.18%	1.41%
55-64	1.06%	1.49%

Гродно	Муж	Жен
15-24	0.72%	0.73%
25-34	1.01%	1.08%
35-44	0.98%	1.07%
45-54	0.66%	0.82%
55-64	0.68%	0.95%
Могилев	Муж	Жен
15-24	0.67%	0.66%
25-34	0.97%	1.00%
35-44	1.05%	1.12%
45-54	0.75%	0.93%
55-64	0.80%	1.08%

Количество в выборке, чел:

Минск	Муж	Жен
15-24	77	78
25-34	116	123
35-44	109	115
45-54	72	85
55-64	75	105
Брест	Муж	Жен
15-24	11	11
25-34	18	21
35-44	18	20
45-54	13	17
55-64	11	16

Витебск	Муж	Жен
15-24	11	11
25-34	20	21
35-44	20	22
45-54	15	19
55-64	13	19
Гомель	Муж	Жен
15-24	18	17
25-34	25	28
35-44	26	30
45-54	22	26
55-64	20	28

Гродно	Муж	Жен
15-24	13	14
25-34	19	20
35-44	18	20
45-54	12	15
55-64	13	18
Могилев	Муж	Жен
15-24	12	12
25-34	18	19
35-44	19	21
45-54	14	17
55-64	15	20

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.

Контрольные параметры

Контрольный параметр	% населения	Контрольный параметр	% населения
Мужчина 15-24	7.74%	Брест 15-24	1.18%
Мужчина 25-34	11.65%	Брест 25-34	2.11%
Мужчина 35-44	11.39%	Брест 35-44	2.08%
Мужчина 45-54	7.99%	Брест 45-54	1.57%
Мужчина 55-64	7.92%	Брест 55-64	1.50%
Женщина 15-24	7.72%	Витебск 15-24	1.22%
Женщина 25-34	12.49%	Витебск 25-34	2.21%
Женщина 35-44	12.33%	Витебск 35-44	2.28%
Женщина 45-54	9.68%	Витебск 45-54	1.86%
Женщина 55-64	11.09%	Витебск 55-64	1.71%
Контрольный параметр	% населения	Гомель 15-24	1.88%
Брест_Женщина	4.59%	Гомель 25-34	2.86%
Брест_Мужчина	3.86%	Гомель 35-44	3.00%
Витебск_Женщина	4.99%	Гомель 45-54	2.59%
Витебск_Мужчина	4.28%	Гомель 55-64	2.55%
Гомель_Женщина	6.91%	Гродно 15-24	1.45%
Гомель_Мужчина	5.97%	Гродно 25-34	2.09%
Гродно_Женщина	4.65%	Гродно 35-44	2.05%
Гродно_Мужчина	4.05%	Гродно 45-54	1.49%
Минск_Женщина	27.37%	Гродно 55-64	1.62%
Минск_Мужчина	24.30%	Минск 15-24	8.04%
Могилев_Женщина	4.79%	Минск 25-34	12.90%
Могилев_Мужчина	4.24%	Минск 35-44	12.14%
		Минск 45-54	8.48%
		Минск 55-64	9.75%
		Могилев 15-24	1.33%
		Могилев 25-34	1.97%
		Могилев 35-44	2.17%
		Могилев 45-54	1.68%
		Могилев 55-64	1.89%

Квотное задание на месяц

	Мужчины	Женщины
Минск	450	506
15-24	77	78
25-34	116	123
35-44	109	115
45-54	72	85
55-64	75	105
Брест	72	85
15-24	11	11
25-34	18	21
35-44	18	20
45-54	12	17
55-64	12	16
Витебск	79	92
15-24	11	11
25-34	20	21
35-44	20	22
45-54	15	19
55-64	13	18
Гомель	111	128
15-24	18	17
25-34	25	28
35-44	26	30
45-54	22	26
55-64	20	28
Гродно	75	86
15-24	13	13
25-34	19	20
35-44	18	20
45-54	12	15
55-64	12	17
Могилев	78	89
15-24	12	12
25-34	18	19
35-44	19	21
45-54	14	17
55-64	15	20
Всего	864	986
	1850	

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 следующих случаях:

в тех анкетах, где город проживания и город слушания не совпадают, или отмечены радиостанции, которые не транслируются в данном городе;

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 праздники и связанные с ними переносы рабочих дней согласно производственному календарю на 2022 год: в мае не будет проводиться опрос радиослушания за 2, 3, 9 и 14 мая, в ноябре – за 7 ноября.

	Март 2022 года Сакавік	Май 2022 года Май	Ноябрь 2022 года Лістапад
	7+ 14 21 28	2+ 9* 16 23 30	7* 14 21 28
1	8* 15 22 29	3* 10 17 24 31	1 8 15 22 29
2	9 16 23 30	4 11 18 25	2 9 16 23 30
3	10 17 24 31	5 12 19 26	3 10 17 24
4	11 18 25	6 13 20 27	4 11 18 25
5	12* 19 26	7 14* 21 28	5 12 19 26
6	13 20 27	1* 8 15 22 29	6 13 20 27

2.6 Контроль качества и обработка данных

Контроль качества осуществляется поэтапно следующим образом:
автоматический контроль специальным модулем RAMAPP;
аудиоконтроль;
проверка массива данных на логику и полноту заполнения.

2.6.1. Автоматический контроль специальным модулем ПО RAMAPP.

При автоматическом контроле специальным модулем ПО RAMAPP предлагаются 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.

Период выгрузки будет варьироваться от 6 месяцев в мае 2022г. до 12 месяцев в апреле 2023г. (см. таблицу ниже). Роллинговый период будет увеличиваться по мере увеличения количества месяцев, когда выборка составит 1850, по сравнению с месяцами, когда выборка составляет 3750.

Период выгрузки	Роллинговый период: кол-во месяцев в выгрузке	Плановый размер выборки в выгрузке
Ноябрь '21-апрель '22	6	22500
Ноябрь '21-май '22	7	24350
Декабрь '21-июнь '22	7	22450
Декабрь '21-июль '22	8	24300
Январь-август '22	8	22400
Январь-сентябрь '22	9	24250
Февраль-октябрь '22	9	22350
Февраль-ноябрь '22	10	24200
Март-декабрь '22	10	22300
Март '22-январь '23	11	24150
Апрель '22-февраль '23	11	22250
Апрель '22-март '23	12	24100
Май '22-апрель '23	12	22200
Июнь '22-май '23	12	22200
Июль '22-июнь '23	12	22200
Август '22-июль '23	12	22200

Минимальный объем выборки составляет 22200 при максимальном роллинговом периоде 12 месяцев.

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 сформирована 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)?

Какие радиостанции?

Где?

На каком устройстве?

Анкета представлена в Приложении к договору.

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 каналов – распределить общее время прослушивания поровну между тремя каналами.

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 отдельное программное обеспечение, в котором производится расчет показателей радиослушания за неделю в разрезе радиостанций с учетом весовых коэффициентов (пол, возраст, город).

4. МЕДИАПОКАЗАТЕЛИ

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

Показатель	Описание
$AvRch(000)$ $/ AvRch\%$	<p>Количество человек, которые заявили, что слушали радио вчера. Может выражаться в тысячах или в процентах от общей численности исследуемой аудитории.</p> <p>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.</p> $AvRch(000) = \frac{\sum_{day} (\sum_{i=1}^n Contact_i^{day} * weight_i)}{Days}$ $AvRch\% = \frac{\sum_{day} \frac{\sum_{i=1}^n Contact_i^{day} * weight_i}{Universe_{target}^{day}}}{Days} * 100$ <p><i>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.</i></p>
$AvTime$ <i>(Listen) u</i> $AvTime$ <i>(All)</i>	<p>Среднее время прослушивания радиостанции в расчете от населения ($AvTime(All)$) или тех, кто слушал радио вчера ($AvTime(Listen)$).</p> $AvAud(All)Min = \frac{\sum_{i=1}^n (min_i * Weight_i)}{Days * Universe_{target}}$ $AvTime(Listen) = \frac{\sum_{i=1}^n (min_i * weight_i)_{if\ i\ satisfy\ ReachCondition}}{Days * AvRch(000)}$ <p><i>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.</i></p>
Share	<p>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 .</p> $Share = \frac{Rtg\%_{chan}}{Rtg\%_{ГТТ}} * 100\%$ <p><i>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.</i></p>
$Rtg(000) /$ $Rtg \%$	<p>Усредненное количество слушателей в 15-минутном временном интервале в тысячах или процентах от генеральной совокупности или любой созданной пользователем социально-демографической группы.</p>

Показатель	Описание
	$Rtg(000) = \frac{\sum_{day}^{period} \sum_i^n min_i^{day} * weight_i^{day}}{\sum_{day}^{period} SupportDuration^{day}}$ $Rtg\% = \frac{\sum_{day}^{period} \sum_i^n \frac{min_i^{day} * weight_i^{day}}{Universe_{target}^{day}}}{\sum_{day}^{period} Min^{day}} * 100$ <p>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.</p>
Sample	<p>Среднедневная выборка: среднее количество респондентов, опрошенных за определенный день недели в исследуемом периоде: и те, кто слушает, и те, кто не слушает радио.</p> $Sample = \frac{\sum_{day=1}^n (\sum_{indiv=1}^k 1 \text{ if } i \in target)}{Days}$ <p>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).</p>
Universe	<p>Размер генеральной совокупности по анализируемой социально-демографической группе.</p> $Universe = \frac{\sum_{day=1}^n Universe_{Day}}{Days}$
TgSat%	<p>Показывает социально-демографический профиль слушателя. Для расчета данной статистики необходимо в качестве базы задать Total Ind. (Reference target).</p> $TgSat\% = \frac{[\sum_{i=1}^{target} min_i * weight_i]_{channel}^{timeband}}{[\sum_{i=1}^{Ref Target} min_i * weight_i]_{channel}^{timeband}} * 100$ <p>Пример: TgSat% радиостанции X по возрасту составляет: 15-24 – 5% Основная часть слушателей данной радиостанции – это люди в 25-34 – 18% возрасте 45-54 года. Сумма по всем исследуемым группам равна 35-44 – 17% 100%. 45-54 – 55% 55-64 – 5%</p>
TgAfin%	<p>Показатель выраженности рейтинга среди слушателей в целевой аудитории относительно слушателей в общей численности исследуемой аудитории.</p> $TgAfin\% = \frac{Rtg\%_{chan}^{target}}{Rtg\%_{chan}^{ref target}} * 100$ <p>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.</p>

5. ФОРМА И СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Данные исследований Радиоизмерений за соответствующий период исследований формируются не позднее 16 числа месяца, следующего за периодом проведения исследований Радиоизмерений, предоставляются по электронным каналам связи (FTP) и используются в программном обеспечении Instar Analytics Radio. Выгрузка данных исследований Радиоизмерений за месячный период исследований осуществляется в составе данных за совокупные трехмесячный и шестимесячный периоды исследований, 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);

технический отчет (ежемесячно);

отчет с описанием ключевых показателей радиостанций (ежеквартально).