



**Слушателска аудитория на радио веригата Витоша-Атлантик,
ноември 1995**

София
Ноември 1995

I. Слушателска аудитория на частните радиостанции в България в периода 1993 - 1995

A. Началото

След появата на първите частни радиостанции в края на 1992 година следва период, в който се наблюдаваше силен интерес от страна на слушателите към определени радиостанции: предпочитанията бяха предимно ориентирани към радио "Експрес" в София и "Канал Ком" във Варна.

От 1993 година BBSS Галъп-София провежда редовни изследвания на слушателските аудитории. Данните от тези изследвания се публикуват всеки месец. Размерът на извадката, която се използва от BBSS Галъп-София и АПИА-Варна обаче не е достатъчно голям, за да бъде анализирана демографската структура и слушателския профил на отделните радиостанции. Изследването на "Центъра за изследване на демокрацията", проведено през ноември 1995 година, се базира на извадка, която е представителна за населението над 18 години в градовете София, Пловдив и Варна. Данните от това изследване дават възможност да се направи анализ на социално-демографската структура на аудиторията на радио веригата "Витоша-Атлантик".

Относителен дял на слушателските аудитории на първите частни радиостанции в София (март 1993)

Радио 99	FM+	Витоша	Тангра	Експрес
0,3%	4%	5%	7%	15%

Относителен дял на слушателските аудитории на първите частни радиостанции във Варна (април 1993)

Атлантик	Варна	Канал Ком
6%	6%	42%

Относителен дял на слушателските аудитории на частните радиостанции в София (септември 1995)

Тангра	Дарик	Витоша	Радио 99	FM+
5%	6%	6%	8%	9%

Относителен дял на слушателските аудитории на частните радиостанции в Пловдив (октомври 1995)

Пловдив	TNN	Атлантик	Канал Ком	Веселина
4%	6%	12%	16%	28%

Относителен дял на слушателските аудитории на частните радиостанции във Варна (декември 1995)

Браво	Канал Ком	Атлантик	Варна
-------	-----------	----------	-------

4%	6%	12%	16%
----	----	-----	-----

Б. Преразпределение на слушателските аудитории

В периода 1993-1995 година започна преразпределение на радиоаудиториите - острата конкуренция, характерна за началния период, намаля и постепенно относителните дялове на отделните радиостанции се изравниха. Вече не е налице значителния превес на предпочитанията към дадена радиостанция, характерен за началния период. Софийската аудиторията на радио веригата "Витоша-Атлантик" се очерта като една от най-големите по размер. Основните конкуренти на радио "Витоша" са радио "Тангра", "Дарик" радио, "Радио 99" и радио "FM+". Конкуренцията между отделните радиостанции в Пловдив и Варна също започна да намалява в началото на 1993 година.

С. Слушателска аудитория на радио веригата "Витоша-Атлантик"

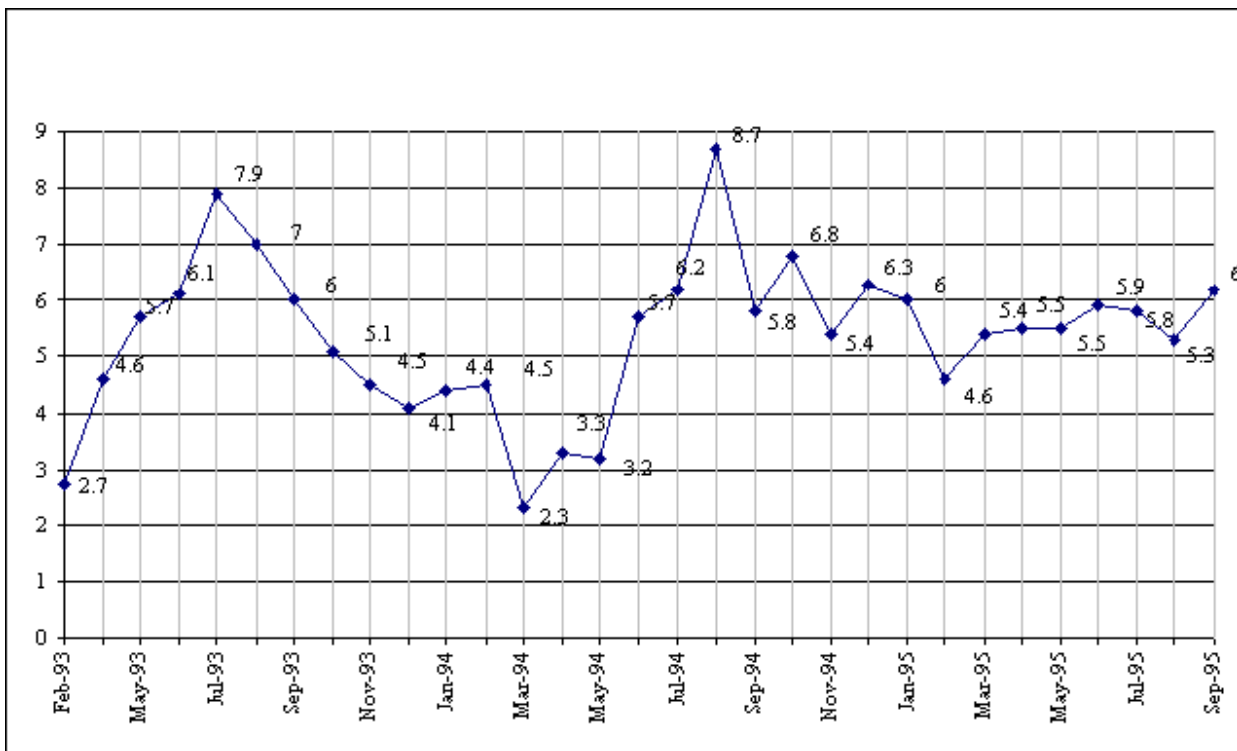
Слушателската аудитория на радио веригата "Витоша-Атлантик" се дефинира като съвкупност от всички слушатели, посочили радио "Витоша", радио "Атлантик"-Пловдив и радио "Атлантик" - Варна" при отговорите си на въпроса: "Коя е предпочитаната от Вас радиостанция на I, II и III място?".

Радиоверига	Размер на слушателската аудитория	Обхват
"Витоша-Атлантик"(Пролетта на 1996)	210,000 - 250,000	София, Пловдив, Варна (Бургас, Плевен)
"Витоша-Атлантик"	180,000 - 200,000	София, Пловдив, Варна
Радиоверига "Канал Ком"	150,000 - 160,000	Пловдив, Варна, Сливен
Радиоверига "Експрес"	100,000	София, югозападна България
Радиоверига "Дарик"	90,000	София, Добрич, Враца

Слушателите на радио веригата "Витоша-Атлантик" (София, Пловдив и Варна) наброяват около 180,000-200,000 души. След стартирането на двете нови станции от радио веригата в Бургас и Плевен през пролетта на 1996 година, към слушателската аудитория се очаква да се добавят още около 30,000-50,000 радиослушатели. Това поставя веригата "Витоша-Атлантик" на първо място по размер на слушателската аудитория, а радио "Витоша" се очертава като една от водещите радиостанции в столичния ефир.

Радио "Витоша" започва своите предавания, като комбинира излъчванията на български език с програмата на VOA-Eurore. От началото на работата на радиостанцията през 1993 година, времето за излъчване на предавания на български език постепенно се увеличава, за да достигне днес до 18 часа дневно (06.00-24.00). През 1994 година, след първоначалния период на утвърждаване, слушателската аудитория на радио "Витоша" е относително постоянна. Следват данните за размера на аудиторията на радио "Витоша":

Размер на слушателската аудитория на радио "Витоша" за периода 1993 - 1995 (%)



II. Слушателски профил на аудиторията на радио веригата "Витоша-Атлантик"

A. Базисна информация

Данните от изследванията, които проучват слушателските предпочитания към определени радиостанции (въпроси от типа "Кои са предпочитаните от Вас радиостанции на I, II и III място?"), сочат, че най-често срещаната комбинация е частна радиостанция и програма "Хоризонт". Обстоятелството, че "Хоризонт" е основната програма на Българското националното радио, ѝ дава възможност като държавна радиостанция, да излъчва актуални вътрешни и международни новини, политически предавания, официална правителствена информация. "Хоризонт" се слуша от широк кръг радиослушатели не само поради характера на излъчваните програми, но и поради качеството и широкия честотен обхват на излъчванията. Въпреки, че получава приходи от реклама, преобладаващата част от финансовите ресурси на радиостанцията се осигуряват от българското правителство. Размерът на слушателската аудитория на "Хоризонт" се увеличава по време на избори и други национални събития, на които програмата посвещава значителна част от програмното си време.

Понастоящем относителният дял на радиоаудиторията на програма "Хоризонт" е около 40%. Следва да се отчете обстоятелството, че значителна част от слушателите са възрастни хора (на възраст над 50 години). Слушателската аудитория на частните радиостанции в София е около 60%. Групата на международните радиостанции включва радио "Франс Интернасионал", радио "BBC", радио "Дойче Веле" и радио "Свободна Европа". Днес слушателските аудитории на всяка от международните радиостанции не надвишават 0.5%. Частните радиостанции разчитат предимно на предавания с развлекателен характер и излъчване на местни новини. Ресурсите, с които те разполагат са ограничени и приходите им са изцяло от реклама. Тези радиостанции бяха първите, които получиха лиценз и започнаха с директни излъчвания по FM заедно с

програмите на Българското Национално радио. Първоначално към тях беше регистриран голям слушателския интерес, но с появата на частните радиостанции този интерес чувствително намаля.

Б. Характеристика на слушателите на радио веригата "Витоша-Атлантик"

1. Радио "Витоша", София

Основно различие на слушателите на радио "Витоша" в сравнение със слушателите на "Хоризонт" и населението като цяло, е че те са млади хора, с доходни професии.

- 60% от слушателите са на възраст между 30 и 49 години - възраст, в която хората са най-работоспособни.

Слушателска аудитория на радио "Витоша" според възрастта

	Хоризонт	Витоша
18-29	13,5	26,2
30-39	20,5	27,9
40-49	35,3	32,8
50+	30,6	13,1

- Около 40% от слушателите на радио "Витоша" имат висше образование.

Слушателска аудитория на радио "Витоша" според образованието

	Хоризонт	Витоша
Основно	10,6	3,3
Средно и полувисше	63,3	56,7
Висше	26,1	40,0

- Близко половината от слушателите на радио "Витоша" са служители с ръководни длъжности.

Слушателска аудитория на радио "Витоша" според занятието

	Хоризонт	Витоша
Мениджъри	23,2	28,3
Служещи	9,5	18,3
Работници	40,1	30
Учащи, безработни	12,8	15
Пенсионери	10,6	1,7
Други	3,9	6,7

Слушателите на радио "Витоша" се самоидентифицират като хора с по-добро финансово положение от слушателите на националното радио.

Слушателска аудитория на радио "Витоша" според финансовото положение на домакинството

Доходи	Хоризонт	Витоша
Много над средните	0,9	3,4
Малко над средните	7,3	11,9
Средни	32,7	42,4
Малко под средните	44,5	37,3
Много под средните	14,6	5

Слушателите на радио "Витоша" обогатяват културата си...

Ходят на театър повече от веднъж месечно (в проценти)

Витоша	18
Хоризонт	8

...и обичат да се развличат.

Ходят на кино повече от веднъж месечно (в проценти)

Витоша	16
Хоризонт	7

Ако трябва да характеризираме според начина им на живот слушателите на радио "Витоша", София, те могат да бъдат квалифицирани като млади, образовани и с високи доходи. Сравнението със слушателската аудитория на програма "Хоризонт" показва, че слушателите на радио "Витоша" участват по-активно в социалния и културния живот на столицата.

2. Радио "Атлантик", Пловдив

- Около 40% от слушателите на радио "Атлантик"-Пловдив са на възраст под 30 години.
- Около 35% от тях са на възраст между 30 и 39 години.

Слушателска аудитория на радио "Атлантик"-Пловдив според възрастта

	Хоризонт	<i>Атлантик-Пловдив</i>
18-29	13,5	39,3
30-39	20,5	35,0
40-49	35,4	20,8
50+	30,6	4,9

Радиослушателите на "Атлантик", Пловдив са значително по-млади от слушателите на програма "Хоризонт" в Пловдив. Като основна тяхна характеристика според начина им на живот, се откроява склонността им да посещават събития с развлекателен характер и да участват в обществения живот на града.

3. Радио "Атлантик", Варна

- На възраст между 18 и 30 години са 38% от слушателите;
- Две трети от слушателската аудитория е на възраст под 40 години

Слушателска аудитория на радио "Атлантик"-Варна според възрастта

	Хоризонт	<i>Атлантик-Варна</i>
18-29	13,5	37,6
30-39	20,5	25,4
40-49	35,4	26,8
50+	30,6	10,2

Радио аудиторията на "Атлантик", Варна има сходна възрастова структура с тази на аудиторията на радио "Атлантик"-Пловдив.