

**BIURO
KRAJOWEJ RADY
RADIOFONII
I TELEWIZJI**



**DEPARTAMENT
PROGRAMOWY**

**Udział w rynku, wielkość
i struktura audytorium
programów radiowych
w IV kwartale 2010 r.**

WARSZAWA 2010

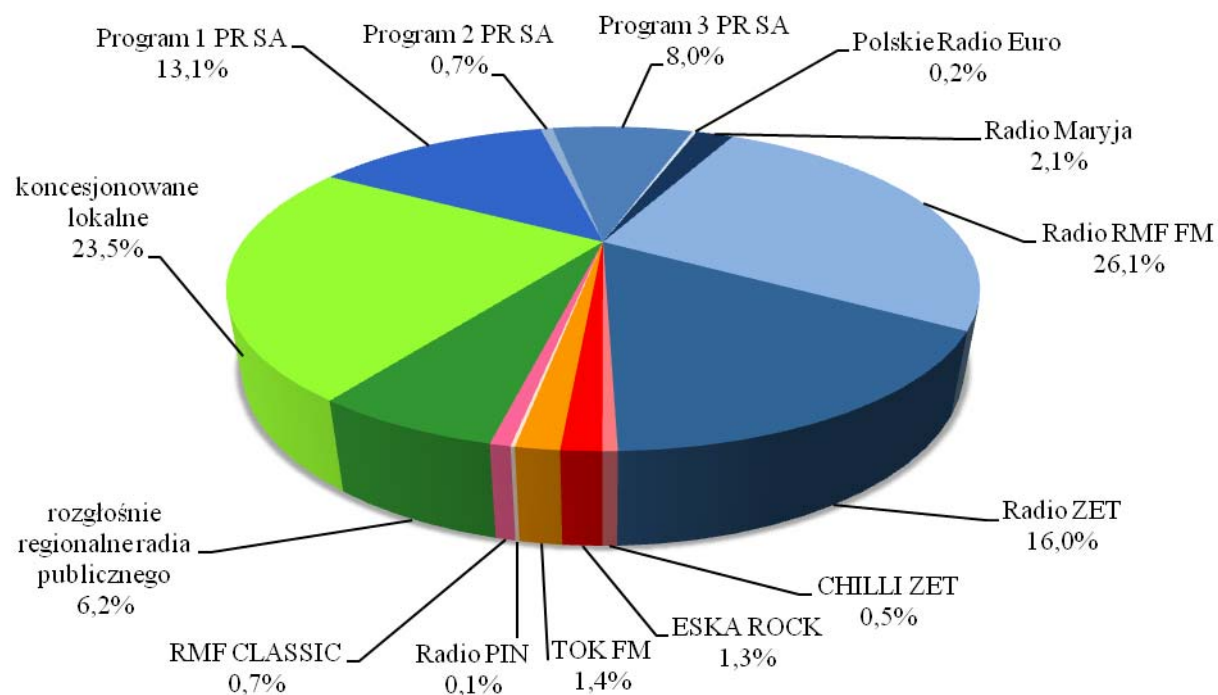
Analiza została przeprowadzona na podstawie badania audytorium radia *Radio Track*, *SMG/KRC Millward Brown* zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat. Wielkość próby wyniosła 20 997 respondentów.

Udział programów radiowych w rynku

W czwartym kwartale 2010 r. radia słuchało **78,4%** Polaków przeznaczając na to średnio 4 godziny i 26 minut dziennie. Odsetek radiosłuchaczy zwiększył się o 0,5 pkt. proc. w stosunku do ubiegłego kwartału i wzrósł o 0,3 pkt. proc. w porównaniu z ostatnim kwartałem 2009 r.¹

Na wykresie 1. przedstawiono strukturę rynku radiowego w Polsce. **66,2%** zajęły programy o zasięgu ogólnokrajowym (Program 1, 2, 3 i Radio Euro PR SA, Radio Maryja, RMF FM i Radio Zet). Programy ponadregionalne (Chilli Zet, Eska Rock, TOK FM, Radio PiN, RMF Classic) miały łącznie **4,1%** udziału w rynku, programy regionalne radia publicznego – **6,2%**, a wszystkie koncesjonowane programy lokalne – łącznie **23,5%**.

Wykres 1. Rynek radiowy w Polsce – październik-grudzień 2010.



¹ Od stycznia 2010 r. wyłączono z badania kategorię „inne” obejmującą programy: nieposiadające koncesji KRRiT, nie nadające 24h/dobę, programy internetowe oraz zagraniczne. Obecnie na 100% udziału w rynku składają się programy publiczne (27 programów), oraz programy koncesjonowane nadające całą dobę (226 programów). Dla celów porównawczych, wskaźnik wielkości udziału programów w rynku z roku 2009 został przeliczony według obecnego zakresu programów uwzględnionych w badaniu.

POLSKIE RADIO SA – PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE

Podobnie jak w poprzednich okresach, w ostatnim kwartale 2010 r. najwyższą słuchalnością wśród programów Polskiego Radia SA cieszył się **Program 1**. Jego udział w rynku radiowym wyniósł **13,1%** i był o 0,6 pkt. proc. większy niż przed rokiem. Słuchało go **14,4%** Polaków (o 0,4 pkt. proc. więcej niż przed rokiem) przez średnio 3 godz. 10 min. dziennie (o 4 minuty krócej niż rok temu).

Udział **Programu 2** w rynku radiowym w IV kwartale 2010 r. pozostał na poziomie sprzed roku i wyniósł **0,7%**. Wielkość audytorium tego programu zmalała w stosunku do zeszłego roku o 0,2 pkt. proc. *Dwójki* słuchało **1,1%** respondentów przez średnio 2 godz. 6 min. dziennie, czyli aż o 25 minut dłużej niż przed rokiem.

Program 3 zwiększył swój udział w rynku w stosunku do analogicznego okresu w zeszłym roku o 0,7 pkt. proc. uzyskując **8,0%** udziału. Słuchało go **9,0%** Polaków, a więc jego audytorium wzrosło w stosunku do ubiegłego roku o 0,6 pkt. proc. Średni dzienny czas słuchania tego programu wyniósł 3 godz. 6 min. i był o 5 minut krótszy niż w IV kwartale 2009 r.

Polskie Radio Euro zwiększyło nieznacznie swój udział w rynku w stosunku do ubiegłego roku o 0,1 pkt. proc. Pozostawał on wciąż niewielki – **0,2%**. Radia Euro słuchało **0,4%** respondentów, a średni dzienny czas słuchania tego programu był o 16 minut krótszy niż rok temu i wyniósł 2 godz. 3 min.

ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO

Rozgłoszenie regionalne radia publicznego uzyskały w ostatnim kwartale 2010 r. łącznie **6,2%** udziału w rynku, co oznacza, że wskaźnik ten zmniejszył się o 0,1 pkt. proc. w stosunku do IV kwartału 2009 r. Programów tych słuchało **9,5%** Polaków (o 0,4 pkt. proc. więcej niż przed rokiem), a średni dzienny czas ich słuchania był krótszy niż rok temu o 14 minut i wyniósł 2 godz. 16 min.

OGÓLNOPOLSKIE PROGRAMY KONCESJONOWANE

Najbardziej popularnym ze wszystkich programów radiowych w Polsce był **RMF FM**. Jego udział w rynku w okresie październik-grudzień 2010 wyniósł **26,1%**, a więc zmalał w stosunku do ubiegłego roku o 1,3 pkt. proc. Słuchało go **31,5%** respondentów (o 1 pkt. proc. mniej niż przed rokiem) przez średnio 2 godz. 53 min. dziennie (o 11 min. krócej niż przed rokiem).

Wskaźniki słuchalności **Radia ZET** były niższe niż przed rokiem. Jego udział w rynku spadł o 0,6 pkt. proc. i wyniósł **16,0%**. Audytorium tego programu było mniejsze o 0,9 pkt. proc. gromadząc **22,0%** Polaków, natomiast czas, jaki respondenci przeznaczali w ciągu dnia na słuchanie Radia ZET skrócił się o 6 min. i wyniósł 2 godz. 32 min.

Radio Maryja utrzymało wskaźniki słuchalności na tym samym poziomie, co przed rokiem. Jego udział w rynku wynosił **2,1%**, odsetek słuchaczy – **3,4%**, a czas słuchania wyniósł przeciętnie 2 godz. 9 min. dziennie.

PONADREGIONALNE PROGRAMY KONCESJONOWANE

TOK FM było w okresie październik-grudzień 2010r. najchętniej słuchanym programem ponadregionalnym. Uzyskało ono **1,4%** udziału w rynku (o 0,5 pkt. proc. więcej niż rok temu). Słuchało go **2,0%** Polaków (o 0,5 pkt. proc. więcej), przez średnio 2 godz. 30 min. dziennie (o 10 min. dłużej).

Radio **ESKA ROCK** miało **1,3%** udziału w ogólnopolskim rynku radiowym (o 0,2 pkt. proc. więcej niż przed rokiem). Słuchane było przez **2,0%** respondentów (o 0,1 pkt. proc. więcej), średnio przez 2 godz. 18 min. dziennie (o 4 minut dłużej).

W IV kwartale 2010 r. wskaźniki słuchalności programu **RMF Classic** były nieco wyższe niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Jego udział w rynku wyniósł **0,7%** (wzrost o 0,2 pkt. proc.), odsetek słuchaczy – **1,1%** (wzrost o 0,2 pkt. proc.), a średni dzienny czas słuchania – 2 godz. 8 min. (o 1 min. więcej).

Udział radia **CHILLI ZET** w rynku wyniósł **0,5%**. Słuchało go **0,7%** respondentów przez średnio 2 godz. 26 min. dziennie.

Radio PiN miało **0,1%** udziału w rynku, jego zasięg dzienny wyniósł **0,3%**, a średni dzienny czas słuchania – 1 godz. 49 min.

PROGRAMY KONCESJONOWANE O ZASIĘGU LOKALNYM

Koncesjonowane programy lokalne miały w ostatnim kwartale 2010 r. łącznie **23,5%** udziału w ogólnopolskim rynku radiowym. Było to o 0,5 pkt. proc. mniej niż przed rokiem. Zmalał również (o 0,5 pkt. proc.) odsetek ich słuchaczy i wyniósł **29,8%**. Średni dzienny czas słuchania tych programów był krótszy niż rok temu o 8 minut i wyniósł 2 godz. 45 min.

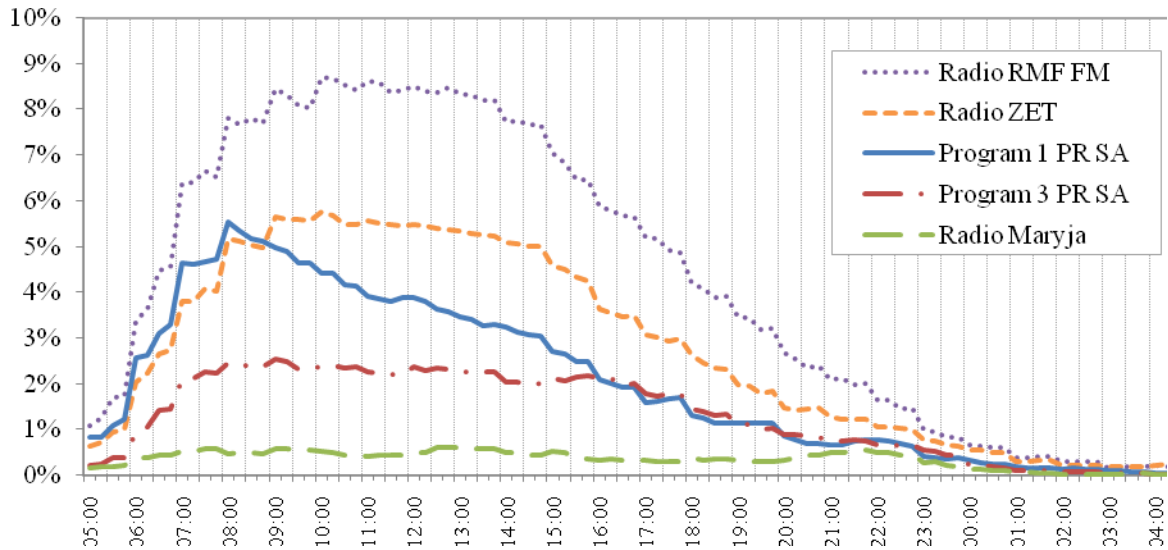
Słuchalność oraz struktura audytorium programów ogólnopolskich i programów regionalnych radia publicznego

SLUCHALNOŚĆ PROGRAMÓW OGÓLNOPOLSKICH W CIĄGU DNIA

Na wykresie 2. przedstawiono krzywą dzienną słuchalności programów radiowych, czyli odsetek słuchaczy danego programu w określonej porze dnia. Dzień został podzielony na kwadransy. Wykres uwzględnia programy ogólnopolskie o największym zasięgu.

Program 1 PR SA był najchętniej słuchany w godzinach między 6:00 a 15:00. Porą jego największej słuchalności była godz. 8:00 rano. Po porannym szczycie następował systematyczny spadek liczby słuchaczy. Maksimum słuchalności **Programu 3 PR SA** wypadało o godzinie 9:00. Do godziny 14:00 liczba słuchaczy spadała tylko nieznacznie, potem audytorium powoli malało, ale duża słuchalność tego programu utrzymywała się długo – do ok. godz. 18:30. Krzywe dziennej słuchalności **RMF FM** oraz **Radia ZET** miały podobny przebieg. **RMF FM** osiągało szczyt swojej słuchalności o godz. 10:00, a radio **ZET** o 10:30. Oba programy były chętnie słuchane przez cały dzień między 6:45 a 18:00, przy czym ich bardzo wysoka słuchalność utrzymywała się niemal bez zmian między 9:00 a 13:45. **Radio Maryja** miało największą słuchalność w paśmie porannym 7:00 a 10:00, w godzinach południowych; między 12:30 a 13:45; o godz. 15:00, oraz wieczorem między 20:45 a 22:30.

Wykres 2. Zasięg w kwadransach, październik-grudzień 2010.

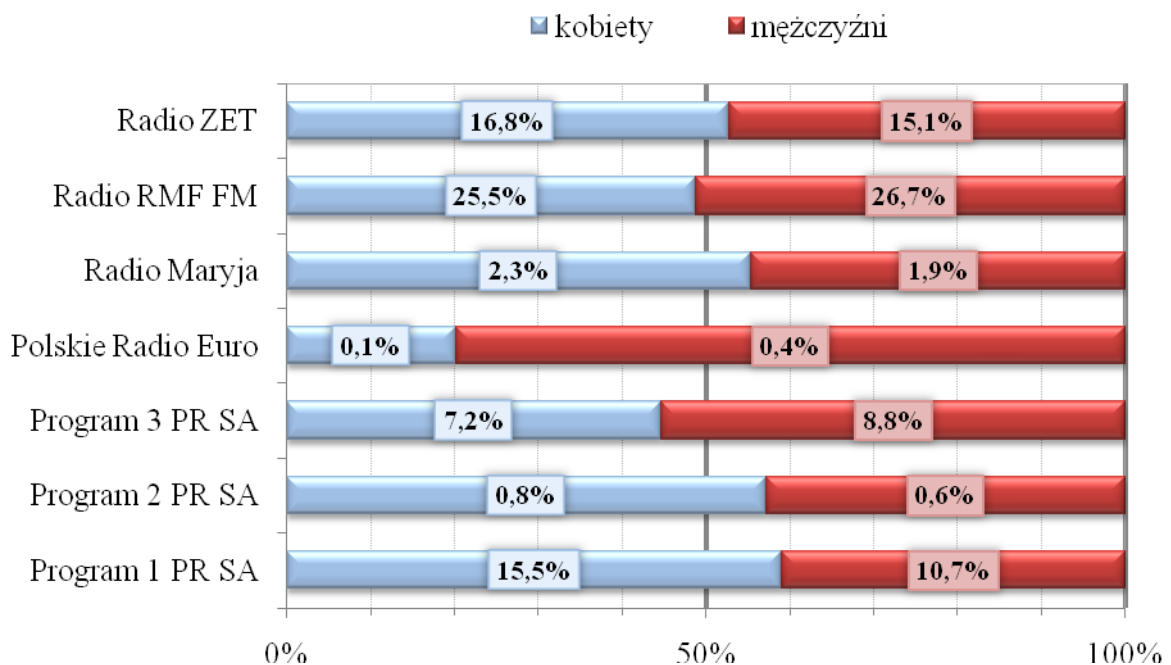


ANALIZA DEMOGRAFICZNA ODBIORCÓW PROGRAMÓW RADIOWYCH

Płeć

Na wykresie 3. został przedstawiony udział w rynku programów ogólnopolskich obliczony osobno dla dwóch grup odbiorców: kobiet i mężczyzn.

Wykres 3. Udział rozgłośni ogólnopolskich w rynku radiowym w podziale odbiorców na płeć, październik-grudzień 2010.

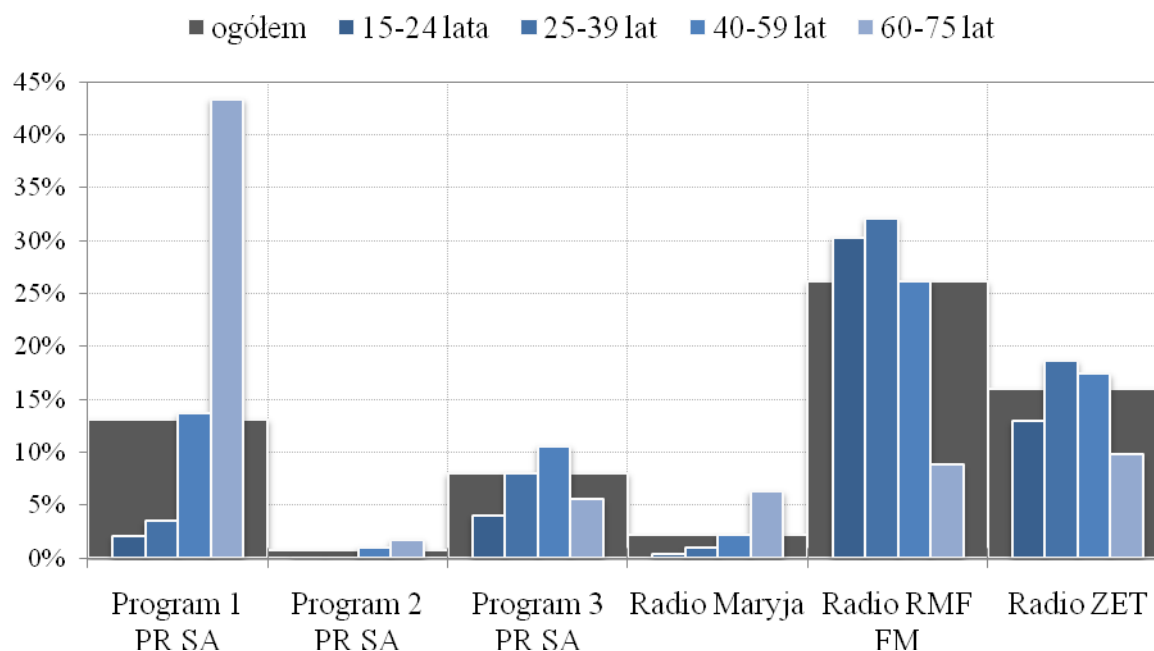


RMF FM był programem równie chętnie słuchanym przez obie płci. Programy 1 i 2 PR SA, Radio Maryja a także Radio ZET były nieco chętniej wybierane przez kobiety, natomiast Radio Euro oraz Program 3 PR SA były chętniej słuchane przez mężczyzn.

Wiek

Na wykresie 4. zostały pokazane rozkłady udziału programów ogólnopolskich w rynku radiowym wyznaczone w czterech kategoriach wiekowych odbiorców: najmłodszy – 15-24 lata, młodzi – 25-39 lat, starsi – 40-59 lat oraz najstarsi – 60-75 lat. Czarnym kolorem w tle wykresu zaznaczono wielkość udziału programu w rynku obliczoną dla ogółu słuchaczy.

Wykres 4. Udział wybranych programów ogólnopolskich w rynku radiowym w podziale odbiorców na kategorie wiekowe, październik-grudzień 2010.

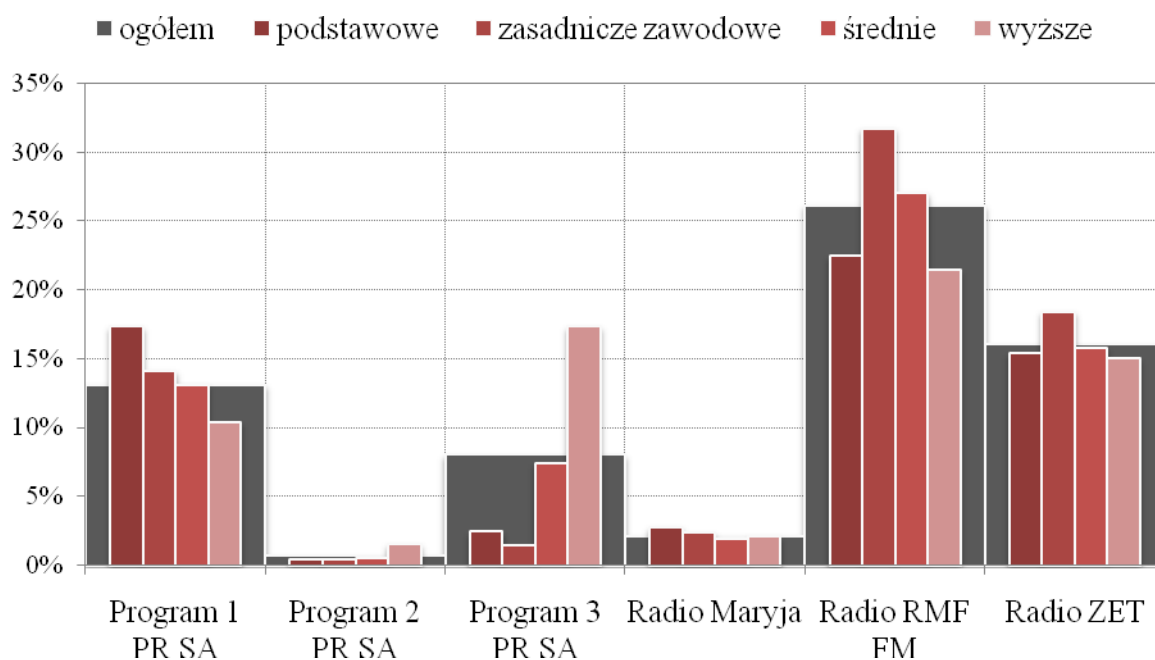


Popularność Programów 1 i 2 PR SA oraz Radia Maryja rosła wraz z wiekiem słuchaczy. Wśród osób w wieku 60-75 lat Program 1 PR SA miał aż 43% udziału w rynku, natomiast Radio Maryja w tej grupie wiekowej było chętniej słuchane niż Program 3 PR SA. Publicznej *Trójki* najchętniej słuchały osoby w wieku 40-59 lat oraz 25-39 lat, natomiast RMF FM i Radio Zet największą popularnością cieszyły się wśród słuchaczy w wieku 15-24 oraz 25-39. Ich popularność wśród najstarszej kategorii wiekowej była zdecydowanie mniejsza.

Wykształcenie

Na Wykresie 5. przedstawiony jest udział w rynku wybranych ogólnopolskich programów radiowych, zmierzony dla grup słuchaczy o różnym poziomie wykształcenia: podstawowym, zasadniczym zawodowym, średnim i wyższym. Czarnym kolorem w tle zaznaczono udział tych programów w rynku wyznaczony dla ogółu odbiorców.

Wykres 5. Udział wybranych rozgłośni ogólnopolskich w rynku radiowym dla grup o różnym wykształceniu, październik-grudzień 2010.



Program 1 PR SA i Radio Maryja były chętniej słuchane przez osoby o niższym poziomie wykształcenia. Programy 2 i 3 PR SA chętniej wybierały osoby z wykształceniem wyższym, przy czym wśród tej grupy Program 3 miał ponad dwukrotnie większy udział w rynku (17%) niż wśród ogółu słuchaczy (8%) – publiczna *Trójka* była wśród słuchaczy z wyższym wykształceniem drugim (po RMF FM) co do popularności programem radiowym, wyprzedzając Radio ZET i Program 1. Radio ZET oraz RMF FM najchętniej wybierali słuchacze z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

Podsumowanie

- W ostatnim kwartale 2010 r. słuchanie radia deklarowało 78,4% respondentów, czyli o 0,3 pkt. proc. więcej niż w analogicznym okresie w roku 2009.
- Polacy najchętniej słuchali programów o zasięgu ogólnokrajowym. Miały one łącznie 66,2% udziału w rynku. Porównując wskaźniki słuchalności z sytuacją sprzed roku widać, że najwięcej zyskał Program 3 PR SA, którego udział w rynku był o 0,7 pkt. proc. wyższy niż rok temu. program ten odnotował również najwyższy przyrost audytorium (o 0,6 pkt. proc.). Natomiast największe zmiany in-minus dotknęły programu RMF FM, który stracił 1,3 pkt. proc. udziału w rynku oraz 1 pkt. proc wielkości audytorium.
- Pomimo słabszych niż przed rokiem wskaźników słuchalności najpopularniejszym programem pozostawał RMF FM. Kolejne co do wielkości udziału w rynku były:

Radio ZET, Program 1 i Program 3 PR SA, Radio Maryja oraz Program 2 PR SA i Polskie Radio Euro.

- Programy ponadregionalne cieszyły się wyraźnym wzrostem wskaźników słuchalności. Ich łączny udział w rynku osiągnął 4,1%. Wśród nich najchętniej słuchane było radio TOK FM, które też w porównaniu z rokiem ubiegłym zanotowało największy wśród programów ponadregionalnych przyrost udziału w rynku (o 0,5 pkt. proc.) i wielkości audytorium (o 0,5 pkt. proc.)
- Pomimo, że rozgłośnie regionalne radia publicznego miały nieco większy odsetek słuchaczy niż w IV kwartale 2009 r. to jednak ich łączny udział w rynku był o 0,1 pkt. proc. niższy niż przed rokiem i wyniósł 6,2%.
- Łączny udział w rynku koncesjonowanych programów lokalnych wyniósł 23,5% . Był tym samym o 0,5 pkt. proc. mniejszy niż przed rokiem.
- Charakterystyka słuchaczy ogólnopolskich programów radiowych pod względem płci, wieku i wykształcenia:
 - Radio Maryja, Programy 1 i 2 PR SA oraz Radio ZET były chętniej słuchane przez kobiety. Radio Euro i Program 3 były bardziej popularne wśród mężczyzn, natomiast program RMF FM był słuchany równie chętnie przez kobiety jak i przez mężczyzn.
 - Wśród najstarszej z badanych grup słuchaczy (60-75 lat) Program 1 PR SA był ponad czterokrotnie bardziej popularny niż inne programy ogólnopolskie. Pozostałe grupy wiekowe najchętniej słuchały RMF FM.
 - Radio Maryja oraz Program 1 PR SA były najchętniej słuchane przez osoby z wykształceniem podstawowym Programy 2 i 3 PR SA były najbardziej popularne wśród osób z wykształceniem wyższym, Radio ZET wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym a program RMF FM wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz średnim.

Analiza i opracowanie Monika Trochimeczuk