



# საქართველოში რადიო მაუწყებლობის განვითარების შესაძლებლობების კვლევა

ანგარიში მომზადებულია მენეჯმენტ საკონსულტაციო კომპანია ინოვას მიერ  
საქართველოს კომუნიკაციების მარეგულირებელი ეროვნული კომისიის დაკვეთით

მარტი 2018

# სარჩევი

- კვლევის ამოცანები 3
- კვლევის მეთოდოლოგია 5
- თვისებრივი კვლევის შედეგები 8
- რაოდენობრივი კვლევის შედეგები (ეროვნული) 12
- რაოდენობრივი კვლევის შედეგები (ზონური) 44
- დანართი 99

# კვლევის ამოცანები

კვლევის ამოცანების ნაწილში წარმოდგენილია კვლევის ძირითადი  
გამოწვევები და მიზნები

# კვლევის მიზნები

პროექტის მიზანია „ადგილობრივი მაუწყებლობის ზონური დაყოფის შესახებ“ კომისიის 2006 წლის 05 დეკემბრის №10 დადგენილებაში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის შესახებ” საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 01 აპრილის №2 დადგენილების შესაბამისად განსაზღვრულ სამაუწყებლო ზონებში (Geo 261, Geo 259, Geo 257, Geo 258, Geo 256, Geo 255, Geo 253, Geo 252, Geo 250, ადმინისტრაციული ტერიტორიული ერთეულები დანართი №3) საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ჩატარება და რესპოდენტთა აზრის თვისობრივი და რაოდენობრივი კვლევა.

გამოკითხვის დასრულებული ანალიზის წარმოდგენა რადიო მაუწყებლობის პრიორიტეტების დადგენის მიზნით უნდა განხორციელდეს თითოეულ გემოაღნიშნულ სამაუწყებლო ზონაზე განცალკევებულად და ასევე საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე ეროვნული მაუწყებლობისთვის (ოკუპირებული ტერიტორიების გარდა).

საზოგადოებრივ აზრის კვლევაში ასახული უნდა იყოს:

- 1) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა სათემო რადიომაუწყებლობაზე და საზოგადოების იმ ნაწილთა განსაზღვრა რომელსაც უნდა ემსახურებოდეს სათემო რადიომაუწყებლობა;
- 2) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო სპეციალიზებული რადიო მაუწყებლობის თემატიკისადმი;
- 3) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო საერთო რადიომაუწყებლობაზე;
- 4) საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა რეგიონულ (ადგილობრივ) რადიოსადგურის არსებობაზე, რომელიც აქცენტირებული იქნება ადგილობრივი ამბების გაშუქებით.
- 5) რომელი ჟანრის გადაცემებს ენიჭება უპირატესობა რადიოს მოსმენის დროს;
- 6) რომელი გადაცემების დეფიციტს განიცდის ქართული რადიოსადგურები;
- 7) რომელი რადიომაუწყებლობის დამატების საჭიროებაა ქართულ რადიო სივრცეში: სათემო, სპეციალიზებული თუ საერთო რადიომაუწყებლობის. სპეციალიზებულის შემთხვევაში უნდა მოხდეს დაკონკრეტება თუ რა ტიპის სპეციალიზებული რადიო მაუწყებლობის დამატების საჭიროება არსებობს.

# კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის მეთოდოლოგიის ნაწილში აღწერილია კვლევის ჩატარების  
მეთოდოლოგია, როგორც თვისებრივი, ასევე რაოდენობრივი  
კომპონენტებისათვის

# კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის პროცესი მოიცავდა 2 ძირითად ეტაპს. პირველ ნაწილი – თვისობრივი კვლევა – წარმოადგენდა მოსამზადებელ ეტაპს მასშტაბური რაოდენობრივი კვლევისთვის. თვისობრივი კვლევა წარიმართა ფოკუს ჯგუფების ტექნიკის გამოყენებით, ხოლო რაოდენობრივი კვლევა – პირისპირ ინტერვიუების გზით.

## თვისობრივი კვლევა

თვისობრივი კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 4 ფოკუს ჯგუფი. ამათგან 3 ჩატარდა თბილისში. ხოლო ერთი – ბათუმში. ფოკუს ჯგუფებზე მოწვეულნი იყვნენ რადიოს მსმენელები სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფებიდან და მედია ექსპერტები. კვლევის ამოცანებიდან გამომდინარე, შემუშავდა ფოკუს ჯგუფების სახელმძღვანელოები. ფოკუს ჯგუფებს უძღვებოდნენ გამოცდილი მოდერატორები. თითოეულ ფოკუს ჯგუფში მონაწილეობდა 6-10 მონაწილე. ფოკუს ჯგუფების დროს მიმდინარეობდა ვიდეო და აუდიო ჩანაწერის განხორციელება.

ფოკუს ჯგუფების დასრულების შემდეგ ვიდეო/აუდიო ჩანაწერების საფუძველზე მომზადდა ტრანსკრიპტები. ტრანსკრიპტების ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა მთავარი მიგნებები რაც გახდა რაოდენობრივი კვლევის კითხვარის მომზადების საფუძველი.

## რაოდენობრივი კვლევა

რაოდენობრივი კვლევა ჩატარდა მთელი საქართველოს მასშტაბით პირისპირ ინტერვიუს გზით. კითხვარი ძირითადად მოიცავდა დახურულ კითხვებს და ასევე რამოდენიმე ღია/ნახევრად ღია კითხვას. კვლევის დაწყებამდე კითხვარის საბოლოო ვარიანტი შეთანხმდა დამკვეთ ორგანიზაციასთან.

კვლევის პოპულაციას წარმოადგენდნენ საქართველოს სრულწლოვანი მოქალაქეები. ტექნიკური დავალების მიხედვით, შერჩევის ჯამური მოცულობა განიზაღვრა 2700 რესპონდენტით, რომლებიც თანაბრად გადანაწილდნენ „ადგილობრივი მაუწყებლობის ზონური დაყოფის შესახებ“ კომისიის 2006 წლის 05 დეკემბრის №10 დადგენილებაში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანის შესახებ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 01 აპრილის №2 დადგენილების შესაბამისად განსაზღვრულ სამაუწყებლო ზონებში (Geo 261, Geo 259, Geo 257, Geo 258, Geo 256, Geo 255, Geo 253, Geo 252, Geo 250).

**შერჩევის ჩარჩო:** შერჩევის ჩარჩოს წარმოადგენს საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ 2014 წელს ჩატარებული მოსახლეობის საყოველთაო აღწერის მონაცემები. რომლის მიხედვითაც, საქართველოში არსებული შინამეურნეობები, აღწერის მიზნებიდან გამომდინარე, გადანაწილებულია 9536 სააღწერო უბანში. სააღწერო უბნების გეორგრაფიული კოორდინატები სტატისტიკის ეროვნულმა სამსახურმა მოგვაწოდა Shapefile ფორმატში. სააღწერო უბნების და სამაუწყებლო ზონების ერთმანეთზე „დადების“ შედეგად, შესაძლებელი გახდა თითოეულ სამაუწყებლო ზონაში შემავალი სააღწერო უბნების იდენტიფიცირება.

# კვლევის მეთოდოლოგია

**შერჩევის ტიპი:** სტრატეგიცირებული + კლასტერული. შერჩევა წარმოადგენს სტრატეგიცირებულ, ხოლო სტრატებში კლასტერულ შერჩევას.

სტრატებს წარმოადგენს სამაუწყებლო ზონა. სულ სტრატების რაოდენობა ტოლია შესაბამისად ზონების რაოდენობის – 9.

თითოეულ ზონაში მოხდა 300 რესპონდენტის შერჩევა კლასტერული შერჩევის პრინციპით. სტრატაში კლასტერებად ჩათვლილია სააღწერო უბნები (სტატისტიკის დეპარტამენტის მიერ განსაზღვრული). სისტემური შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით, თითოეულ სტრატაში ვირჩევთ 30 კლასტერს (სააღწერო უბანს), ხოლო მეორე ეტაპზე თითოეულ შერჩეულ კლასტერში შემთხვევითად ვირჩევთ 10 რესპოდენტს.

სააღწერო უბნებში შინამეურნეობების შერჩევა განხორციელდა ე.წ. „შემთხვევითი ხეტილის“ მეთოდით. შინამეურნეობიდან რესპონდენტის შერჩევისას ინტერვიუერები ხელმძღვანელობდნენ ბოლო დაბადების დღის პრინციპით. ინტერვიუერებს ასევე მიცემული ჰქონდათ ყოველ უბანზე მინიმალური კვოტები სქესის და ასაკობრივი განაწილებების მიხედვით.

საველე სამუშაოებში ჩართული იყო 50 ინტერვიუერი, რომლებიც მოძრაობდნენ სხვადასხვა უბნებში. ინტერვიუერებს ხელმძღვანელობდა 5 სუპერვაიზერი. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ინტერვიუერებმა სამუშაოები ჩაატარეს მთელ საქართველოში 270 სხვადასხვა ლოკაციაზე/სააღწერო უბანზე. თითოეული ლოკაციიდან/უბნიდან მოხდა მინიმუმ 10 ადამიანის გამოკითხვა. ინტერვიუერები აღჭურვილნი იყვნენ პლანშეტებით. კვლევა ჩატარდა questionpro.com – პლატფორმაზე, რომელმაც მოგვცა საშუალება, სხვა სასარგებლო მონაცემებთან ერთად, შეგვევროვებინა ინტერვიუერების GPS კოორდინატები თითოეული შევსებული პასუხის მიხედვით.

**მონაცემების დამუშავება და ანალიზი:** საველე სამუშაოების დასრულების შემდგომ მოხდა მიღებული ნედლი მონაცემების გაწმენდა და დამუშავება. შედეგების შეწონვა მოხდა ზონების მოცულობის და ზონებში სქესისა და ასაკის განაწილებების გათვალისწინებით.

# თვისებრივი კვლევის შედეგები

თვისებრივი კვლევის შედეგებში წარმოდგენილია ფოკუს ჯგუფის  
დისკუსიების შეჯამება და ძირითადი აღმოჩენები

# ფოკუს ჯგუფის შედეგები

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ფოკუს ჯგუფები ჩატარდა როგორც მედია ექსპერტებთან, ასევე რადიოს მსმენელებთან.

რადიოს მსმენელებთან ჩატარებული ფოკუს ჯგუფების მიზანი იყო, გამოგვევლინა, რა სიტუაციაში ხდება რადიოს მოსმენა, რასთან შეიძლება ყოფილიყო რადიოს მოსმენის სიხშირე და ხანგრძლივობა დაკავშირებული, რა ფაქტორებს შესაძლოა ემოქმედა მსმენელის არჩევანზე, რა ტიპის გადაცემებს უსმენენ და რა შინაარსის/თემატიკის გადაცემების მიმართ შესაძლოა, ჰქონდეთ მოთხოვნა; რა ფუნქციას შესაძლოა ასრულებდეს რადიო მათ ყოველდღიურ ცხოვრებაში; როგორ შეიძლება განვმარტოთ საერთო, სპეციალიზებული და სათემო რადიო ისე, რომ აღქმადი იყოს რიგითი მსმენელისთვის.

მედია ექსპერტებთან ჩატარებული ფოკუს ჯგუფის მიზანს წარმოადგენდა გავგეგო, თუ ვის აღიქვამენ ექსპერტები რადიოს მსმენელად, როგორია აქტიური და პასიური მსმენელის ზოგადი პროფილები; როგორია სხვადასხვა ტიპის რადიო მაუწყებლობის სპეციფიკა; რა ფუნქციას უნდა ასრულებდეს სხვადასხვა ტიპის რადიო; ვინაა სათემო რადიოს მომხმარებელი, რატომ ჩნდება სათემო რადიოს არსებობის საჭიროება საქართველოს რეალობაში, რა უპირატესობები აქვს სათემო რადიოს, რა სირთულეებთანაა დაკავშირებული მისი არსებობა. როგორ ხდება ამა თუ იმ რადიოს რეიტინგის გაზომვა, როგორ ხდება გადაცემების რეიტინგის დადგენა, რა კრიტერიუმებზე დაყრდნობით მიიღება გადაწყვეტილება სამაუწყებლო ბადაში ამა თუ იმ გადაცემის დამატება/მოხსნასთან დაკავშირებით.

ფოკუს ჯგუფის აუდიო და ვიდეო ჩანაწერები, ასევე დეტალური სკრიპტი გადაეცემა დამკვეთს მოთხოვნისთანავე. რეპორტის მომდევნო ნაწილში მოყვანილია მხოლოდ ძირითადი მიგნებები, რაც რელევანტური იყო კვლევის მომდევნო ეტაპისთვის.

- რა სიტუაციებში ხდება რადიოს მოსმენა – რადიოს მოსმენა ძირითადად დაკავშირებული უნდა იყოს ავტოსატრანსპორტო საშუალებით გადაადგილებასთან. მიუხედავად იმისა, რომ ფოკუს ჯგუფების მონაწილეთა ნაწილი ფლობს სახლის სტაციონალურ რადიომიმღებს, ტენდენცია მაინც სატრანსპორტო საშუალებაში რადიოს მოსმენისკენ იხრება. რადიოს მოსმენის დრო და პერიოდი დაკავშირებული უნდა იყოს მსმენელის ცხოვრების წესთან, კერძოდ, დასაქმებული ადამიანები რადიოს ძირითადად უნდა უსმენდნენ დილით სამსახურში მისვლამდე და საღამოს სახლში დაბრუნებამდე. რადიოს მოსმენას ასევე შეიძლება ადგილი ჰქონდეს შუადღით, როდესაც მსმენელები შესვენების დროს სამსახურიდან გადიან სხვადასხვა საქმეზე. რადიოს მოსმენის ხანგრძლივობაც მეტნაკლებად დამოკიდებული შეიძლება იყოს ტრანსპორტში გატარებულ დროსთან. ავტომობილის რადიომიმღების გარდა, რადიოს მოსმენად ასევე შეიძლება გამოიყენებოდეს მობილური ტელეფონი, კომპიუტერი და სხვა მოწყობილობები.

# ფოკუს ჯგუფის შედეგები

- **ვინ არის რადიოს მსმენელი** – რადიოს სხვა მედიებისგან განსხვავებით, აქვს მოსმენის სპეციფიური მხარე: მსმენელი შეიძლება უსმენდეს თავისი ინიციატივით, ან „იძულებული იყოს“, მოუსმინოს საზოგადოებრივ ტრანსპორტსა და საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებში. მსმენელები, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში „იძულებულები არიან“ მოისმინონ ესა თუ ის რადიო, შესაძლოა თავს ვერ აღიქვამდნენ რადიოარხის აქტიურ მსმენელად, მიუხედავად იმისა, რომ იცოდნენ რა ჟანრის მუსიკა, რა გადაცემები გადის ამ არხზე, იმიტომ, რომ მისი მოსმენა კვირაში რამდენჯერმე, ან ყოველდღიურად უწყევთ. მეორეს მხრივ, არ შეიძლება რომ ასეთი მსმენელი გამოვრიცხოთ რადიოს აუდიტორიიდან, ვინაიდან ამ არხიდან მიწოდებული ინფორმაცია მსმენელამდე მივიდა და მის მენსიერებაში დარჩა. ადამიანები, რომლებიც ყოველდღიურად, ან კვირაში რამდენჯერმე უსმენენ რადიოს, შესაძლებელია განხილულნი იყვნენ აქტიურ მსმენელად.
- **რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები** – ხშირ შემთხვევაში, ფოკუს ჯგუფის მონაწილეები რადიოში ძირითადად ეძებენ საკუთარი გემოვნების შესაბამის მუსიკას. მუსიკა ერთ-ერთი წამყვანი კრიტერიუმი უნდა იყოს რადიო არხის შერჩევის. მსმენელთა გარკვეული კატეგორიისთვის რადიო შესაძლოა იყოს ინფორმაციის ოპერატიულად მიღების საშუალება ან შემეცნებითი სახის ინფორმაციის მიღების საშუალება.
- **რა ტიპის გადაცემების მოსმენას ისურვებდნენ რადიოში** – ფოკუს ჯგუფის მონაწილეებს რადიოეთერის გამრავალფეროვნებასთან დაკავშირებით ბევრი და საინტერესო იდეა ჰქონდათ, კერძოდ, დასახელდა შემდეგი ტიპის გადაცემები:
  - გადაცემები თანამედროვე ტექნოლოგიებზე/ტექნოლოგიურ სიახლეებზე
  - სპორტული გადაცემები
  - გასართობი გადაცემები: გათამაშებები/ვიქტორინები
  - გადაცემა თინეიჯერებისთვის/ახალგაზრდებისთვის
  - გადაცემა მიმდინარე სატელევიზიო სერიალებზე (განხილვა, ანალიზი)
  - შემეცნებითი გადაცემები (წარმატებული ადამიანების ცხოვრებისეული გამოცდილება, პრაქტიკული ცოდნის გაზიარება)

# ფოკუს ჯგუფის შედეგები

- მუსიკალური გადაცემები: გადაცემა თანამედროვე მუსიკის ტენდენციების შესახებ, ძველი კლასიკური მუსიკა, ფილმის საუნდტრეკები.
- გადაცემები ხელოვნებასა და ლიტერატურაზე: ლიტერატურის/პოეზიის განხილვა საინტერესო სტუმრებთან ერთად;
- კულინარია
- პოლიტიკური გადაცემები
- საბავშვო გადაცემები
- გადაცემები ხელოვნებასა და ლიტერატურაზე: რადიო სპექტაკლები, აუდიო წიგნები
- გადაცემები მოდაზე
- გადაცემები თანამედროვე ტექნოლოგიებზე/ტექნოლოგიურ სიახლეებზე
- გადაცემები კინოზე
- სათემო რადიო – ფოკუს ჯგუფის მონაწილე ექსპერტებმა სათემო რადიოს დანიშნულება განსაზღვრეს, როგორც რადიო, რომელიც ემსახურება ლოკალური ინფორმაციის გავრცელებას იმ მსმენელებში, ვისთვისაც ადგილობრივი ინფორმაციის მიღების ბევრი ალტერნატივა არც არსებობს. თვლიან, რომ რეგიონებში კომუნიკაციის, ინფორმაციის გავრცელება/მიღების პრობლემაა მოსახლეობის იმ ნაწილში, სადაც არსებობს ენობრივი ბარიერი. სათემო რადიო განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში. ფოკუს ჯგუფებზე სათემო რადიოს საჭიროებას აქტიურად უკავშირებდნენ ეთნიკურ უმცირესობებს, ან ენობრივი ბარიერის მქონე პირებს, ვიდრე სხვა ტიპის სოციალურ ჯგუფებს.

# რაოდენობრივი კვლევის შედეგები (ეროვნული)

ანგარიშის შემდეგი ნაწილი ფარავს რაოდენობრივი კვლევის შედეგების  
ეროვნულ დონეზე შეწონილ მარკენებლებს

# ძირითადი მიგნებები

ანგარიშის ამ ნაწილში მოცემულია რაოდენობრივი კვლევის შედეგები ქვეყნის მასშტაბით. ყველა მონაცემი არის შეწონილი მეთოდოლოგიის ნაწილში აღწერილი პრინციპის მიხედვით.

დასკვნების სახით, რეპორტის ამ ნაწილში წარმოდგენილია ძირითადი შედეგები. შედეგების დეტალური გაშლა მოცემულია გრაფიკების სახით.

დემოგრაფიული თვალსაზრისით გამოვყოფთ რამდენიმე ფაქტს: რესპონდენტთა უმრავლესობას აქვს სრული საშუალო (39.3%) ან უმაღლესი განათლება (35%). გამოკითხულთა 29.7% თავს უმუშევრად მიიჩნევს, თვითდასაქმებულია 21.1%. კერძო, სახელმწიფო ან არასამთავრობო ორგანიზაციაში დასაქმებულია 27.2%, პენსიონერია 17.1%, სტუდენტია 4.9%

რესპონდენტთა 89% –სთვის ქართული ძირითადი სასაუბრო ენაა.

რესპონდენტთა თითქმის 40%-ის ოჯახის თვიური შემოსავალი მერყეობს 600–დან 1500 ლარის დიაპაზონში.

რესპონდენტთა უმრავლესობა საზოგადოებრივი ტრანსპორტით ან ავტომობილით გადაადგილდება და ტრანსპორტირებაში (დღის განმავლობაში) 15 წუთიდან 1 საათამდე დროს ხარჯავს. ეს რესპონდენტები ერთ–ერთ ყველაზე მსხვილ პოტენციურ აუდიტორიას წარმოადგენენ რადიოსთვის. ამის ვარაუდის საფუძველს გვაძლევს ის ფაქტი, რომ მსმენელთა თითქმის 87% რადიოს სწორედ მგზავრობისას უსმენს ავტომობილში ან საზოგადოებრივ ტრანსპორტში.

რადიოს მოსმენის პიკი დგება დილით, 9–10 საათისთვის და საღამოს – 18–19 საათისთვის.

საკუთარი ინიციატივით რადიოს გარკვეული პერიოდულობით მაინც, რესპონდენტთა 37.3% უსმენს. ეს მაჩვენებელი 12% ით იზრდება თუკი გავითვალისწინებთ ისეთ შემთხვევებს, როდესაც რესპონდენტი უსმენს რადიოს არა საკუთარი ინიციატივით, არამედ საზოგადოებრივ ტრანსპორტსა და თავშეყრის ადგილებში. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მოსახლეობის თითქმის 50% რადიოს გარკვეული პერიოდულობით მაინც უსმენს ან საკუთარი ინიციატივით, ან „იძულებულია მოისმინოს“ საზოგადოებრივ ტრანსპორტსა და საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებში.

# ძირითადი მიგნებები

რაც შეეხება მოსახლეობის იმ ნაწილს, რომელიც ან ძალიან იშვიათად უსმენს რადიოს, ან საერთოდ არ უსმენს, ამის ძირითად მიზეზად ასახელებს იმას, რომ ვერ ხედავს რადიოს მოსმენის საჭიროებას დღეს/სხვა მედიით ამჟობინებს ინფორმაციის მიღებას (35.1%). ხშირად დასახელებულ მიზეზებს შორის ასევე იყო რადიომიმღების უქონლობა (22.6%).

რადიოს შერჩევის კრიტერიუმებში ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორებად დასახელდა მუსიკა და საინფორმაციო გადაცემები. სოციალურ- პოლიტიკური გადაცემები და შემეცნებითი გადაცემები ნაკლებად მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ რადიოსადგურის არჩევისას.

რადიოს მსმენელები, ყველაზე ხშირად, რადიოში უსმენენ მუსიკას და საინფორმაციო გადაცემებს.

რაც შეეხება გადაცემების თემატიკას, რის ნაკლებობასაც განიცდიან მსმენელები რადიო ეთერში, ყველაზე პოპულარული დასახელებული თემებია: მედიცინა, მუსიკა და სპორტი.

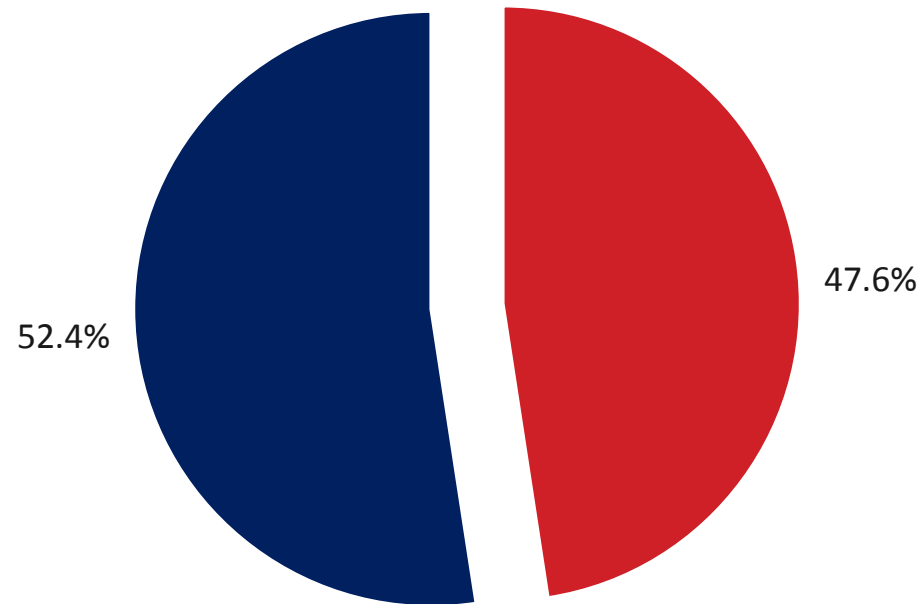
რაც შეეხება ყველაზე მოთხოვნად რადიომაუწყებლის ტიპებს, ყველაზე დიდი მოთხოვნა საერთო (28.7%) და სპეციალიზირებულ არხებზეა (24.4%), გამოკითხულთა 14.6%-ს მოთხოვნა გააჩნია სათემო რადიოზე, ხოლო 9,5% მზადაა პირადად ჩაერთოს სათემო რადიოს ფუნქციონირებაში. გამოკითხულთა 41.6% ვერ ხედავს ახალი რადიო არხის გაჩენის საჭიროებას.

სპეციალიზირებული რადიოარხისთვის ყველაზე მოთხოვნადი თემატიკაა: მუსიკა, მედიცინა, სპორტი, ხელოვნება.

რაც შეეხება ყველაზე პოპულარულ რადიო არხებს, რომელსაც უსმენენ საქართველოში, გამოკითხულების ყველაზე დიდმა ნაწილმა პირველ ადგილზე (Top of Mind), „ფორტუნა“ დაასახელა, რომელსაც მოჰყვება „არ დაიდარდო“ და „ფორტუნა პლუსი“

# რაოდენობრივი (ეროვნული)

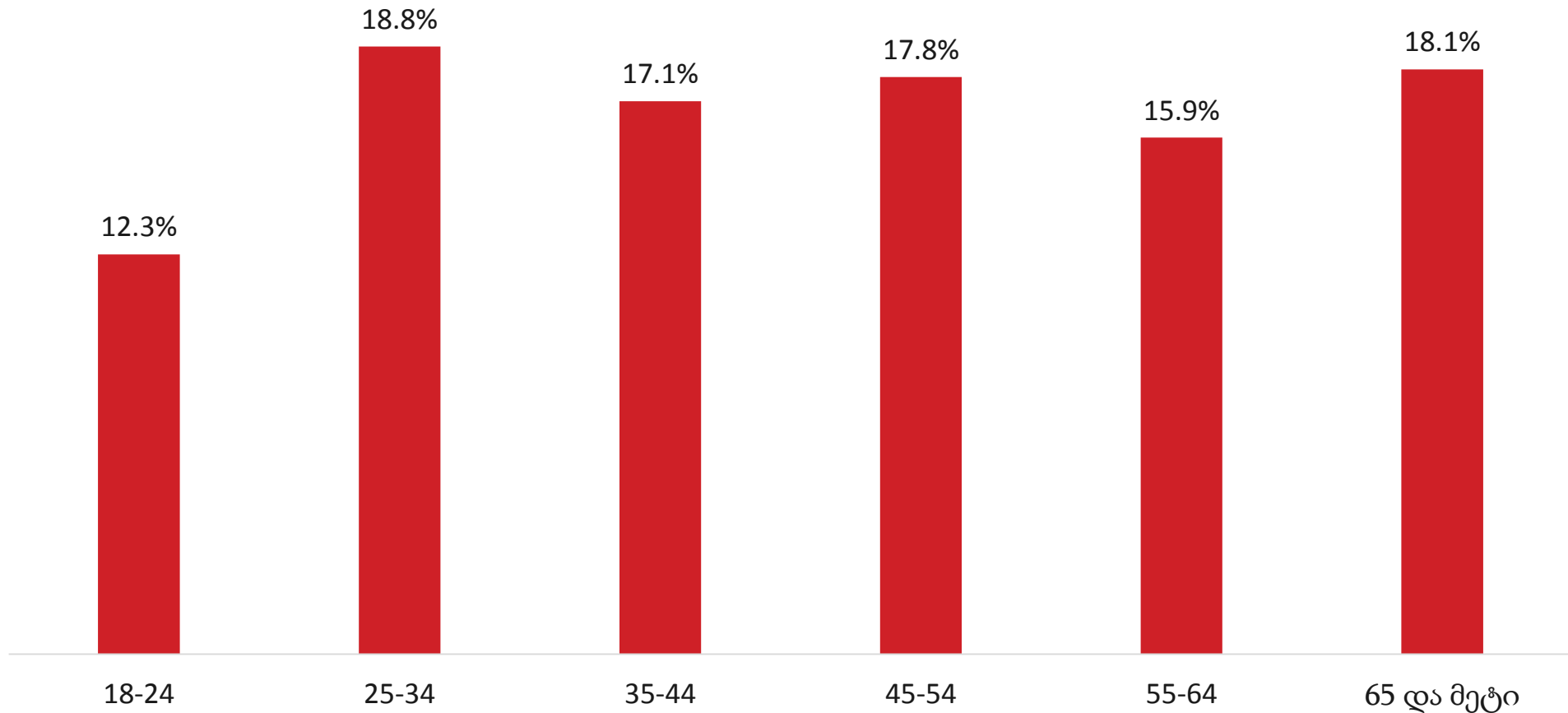
დემოგრაფიული მაჩვენებლები – სქესი



■ მამრობითი ■ მდედრობითი

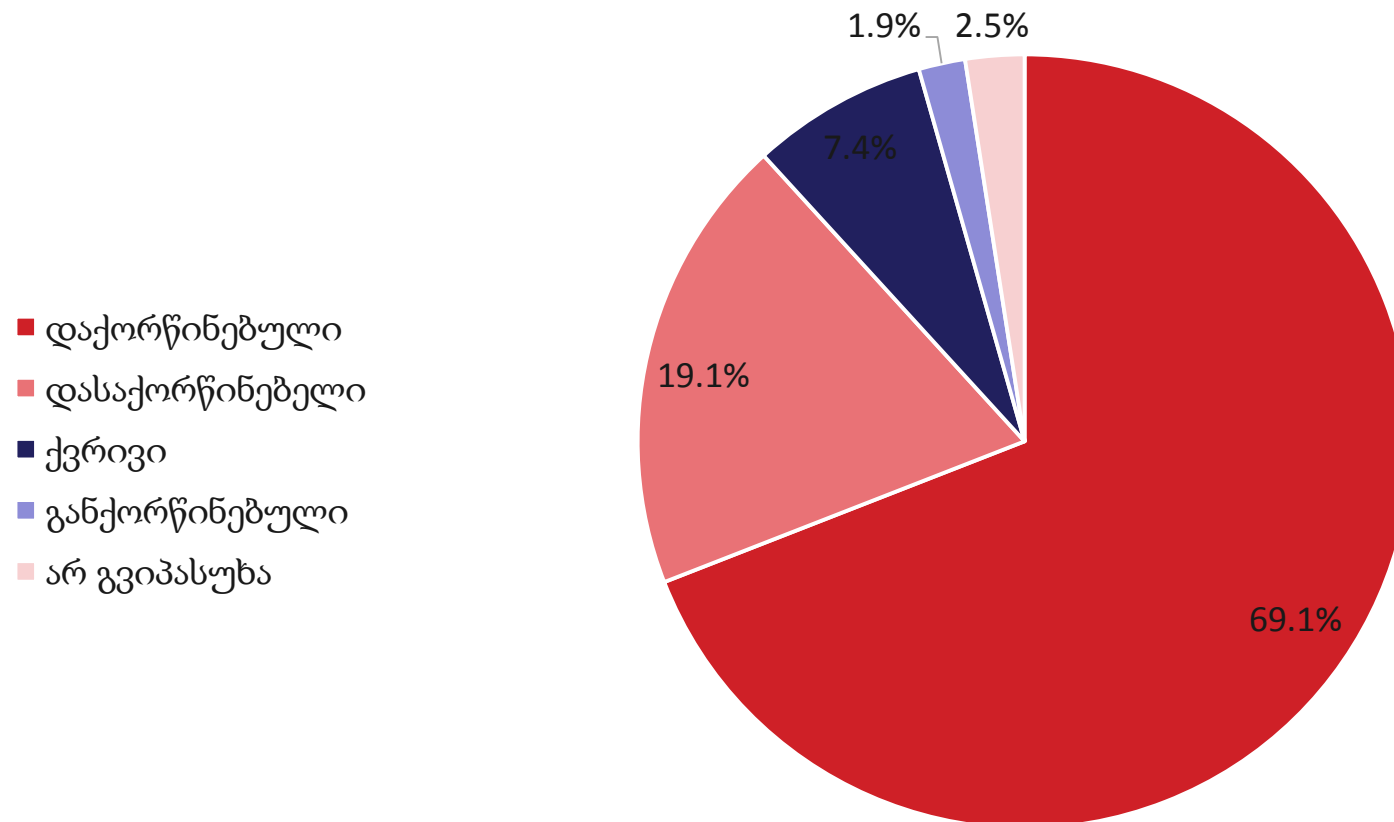
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ასაკი



# რაოდენობრივი (ეროვნული)

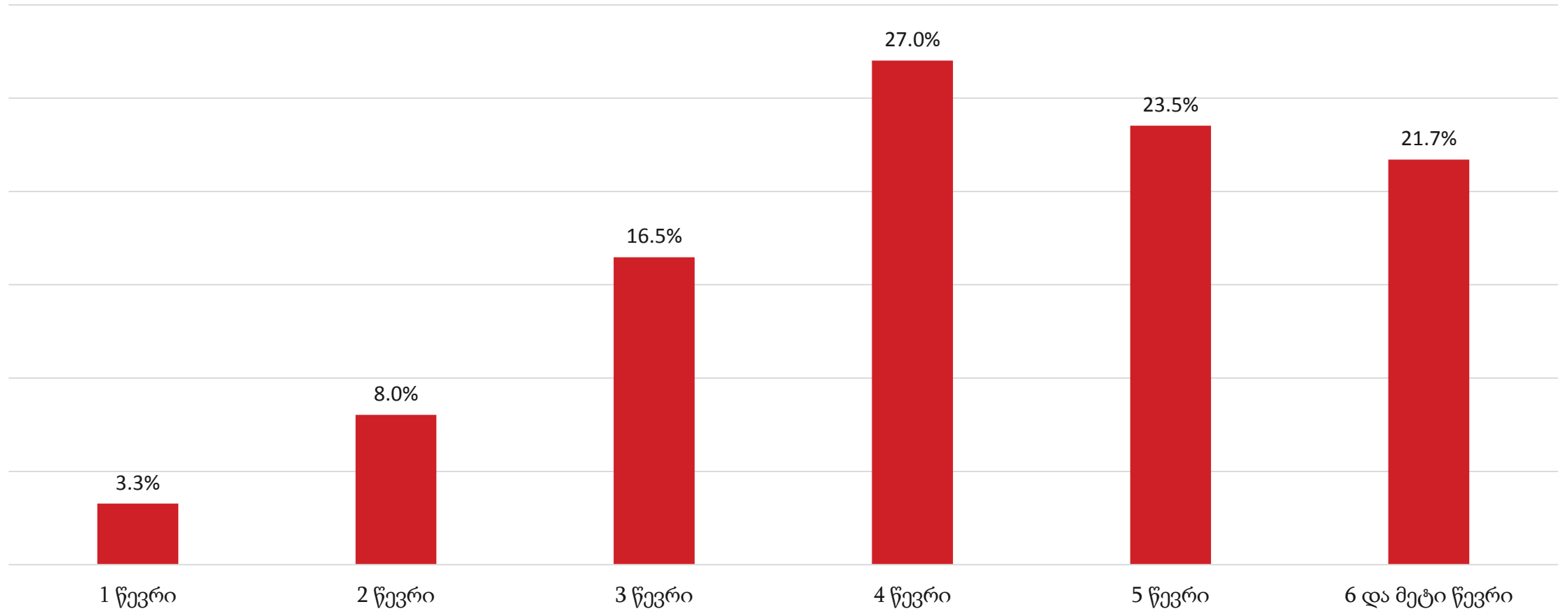
დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ოჯახური მდგომარეობა



- დაქორწინებული
- დასაქორწინებელი
- ქვრივი
- განქორწინებული
- არ გვიპასუხა

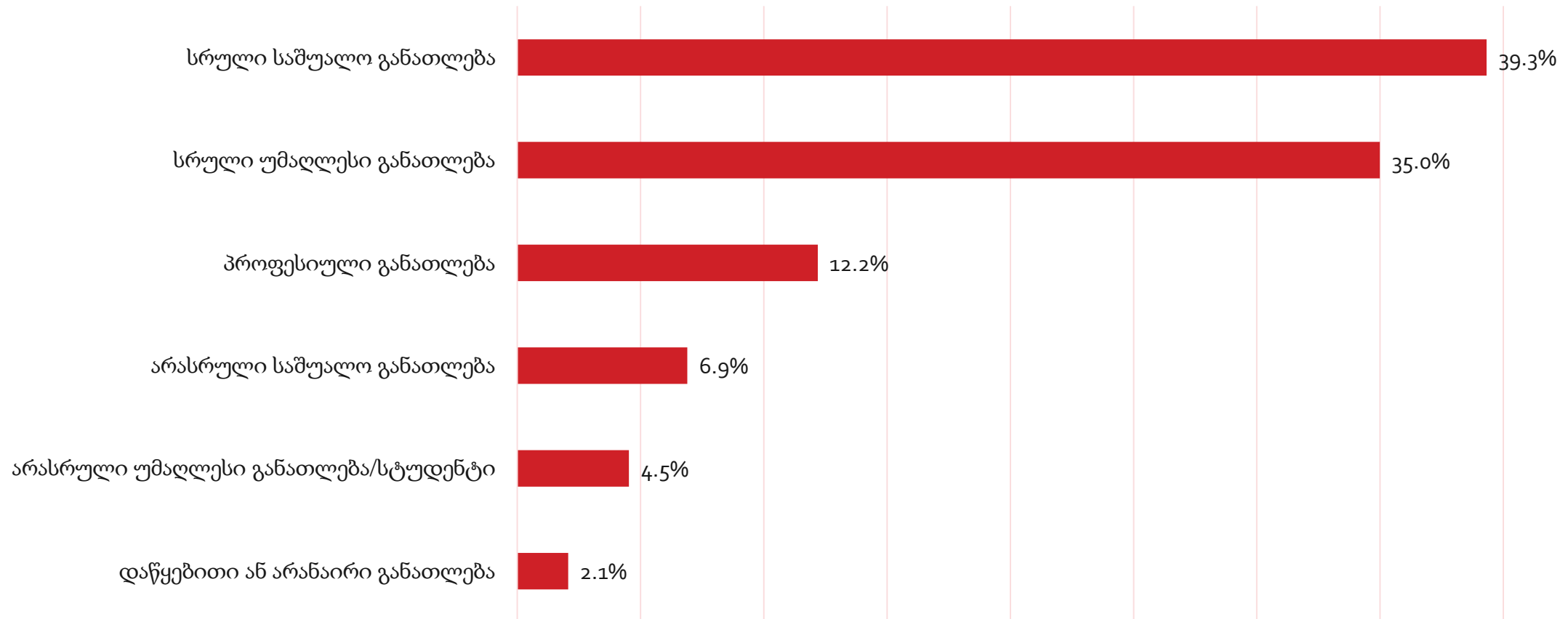
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ოჯახის წევრების რაოდენობა



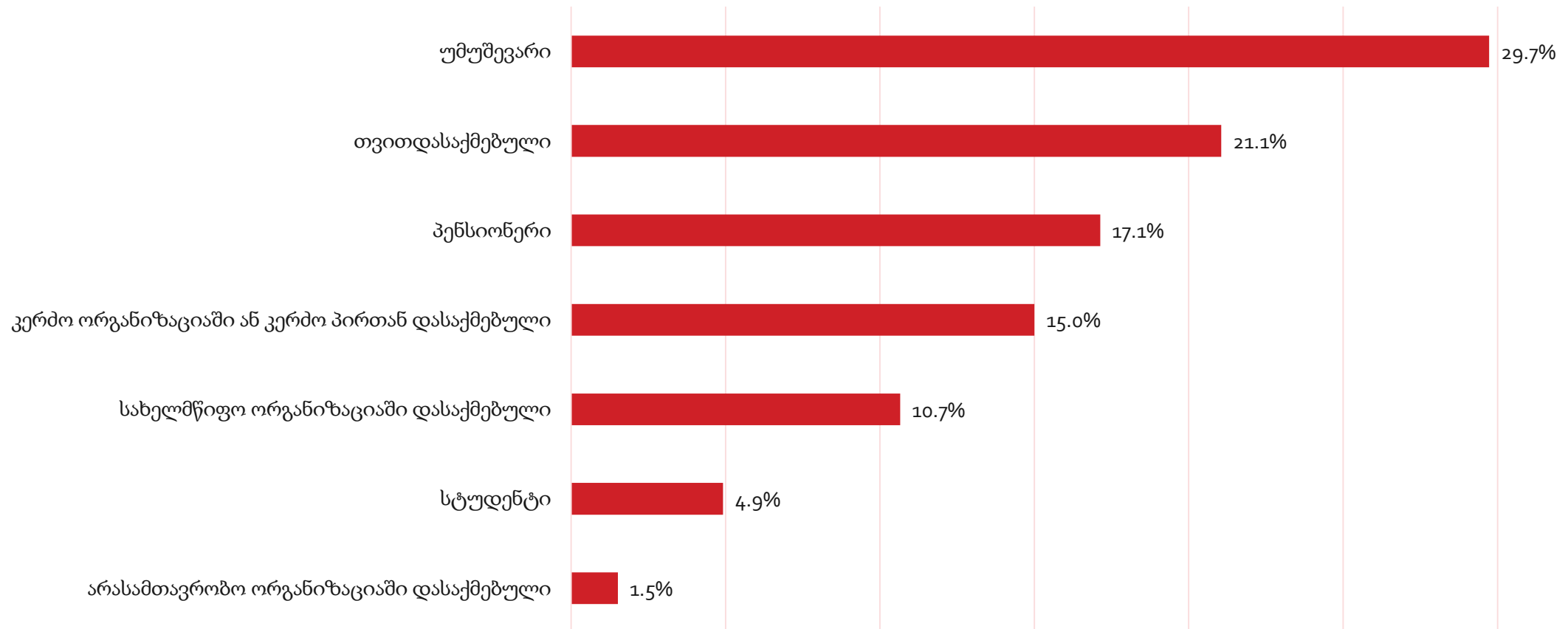
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – განათლება



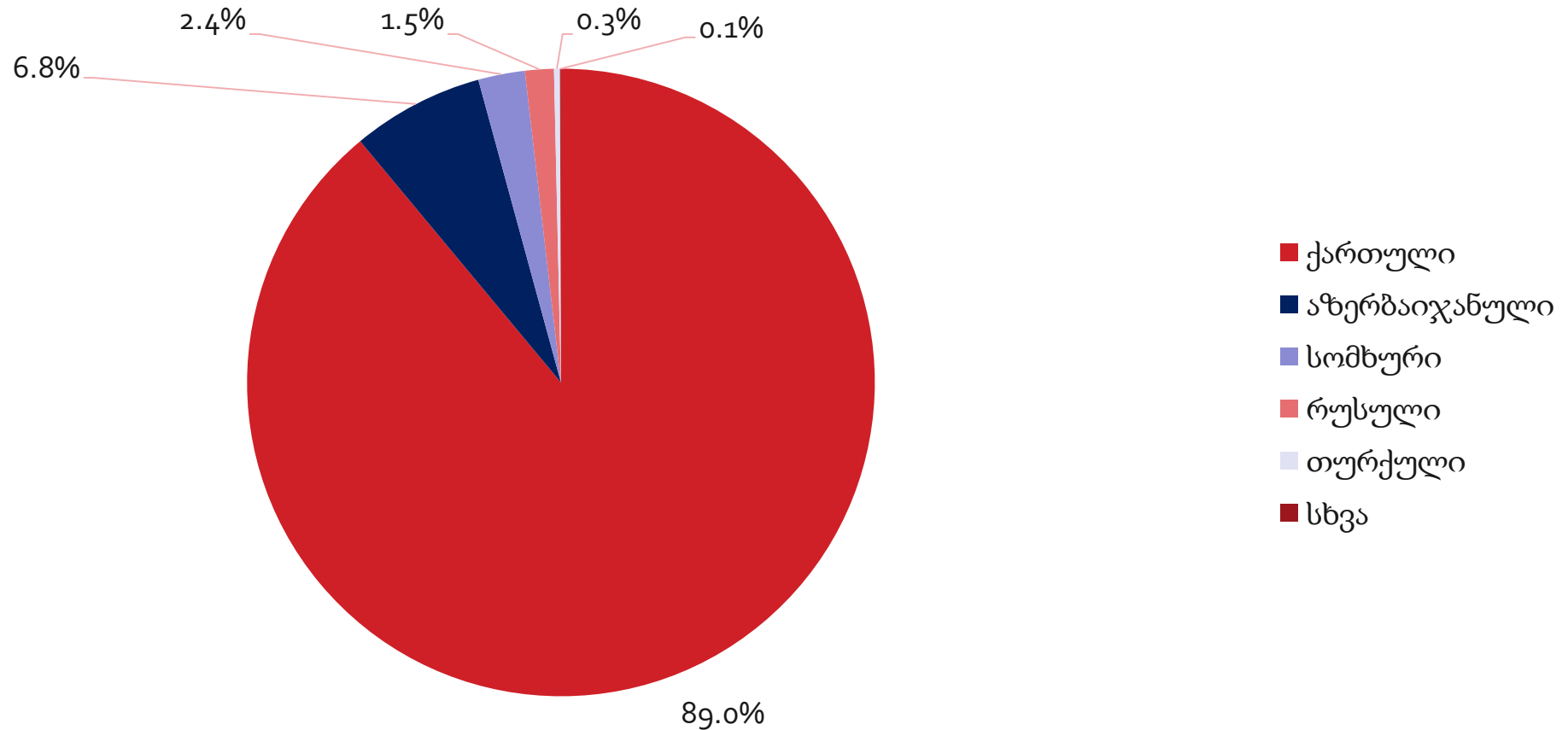
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – საქმიანობა



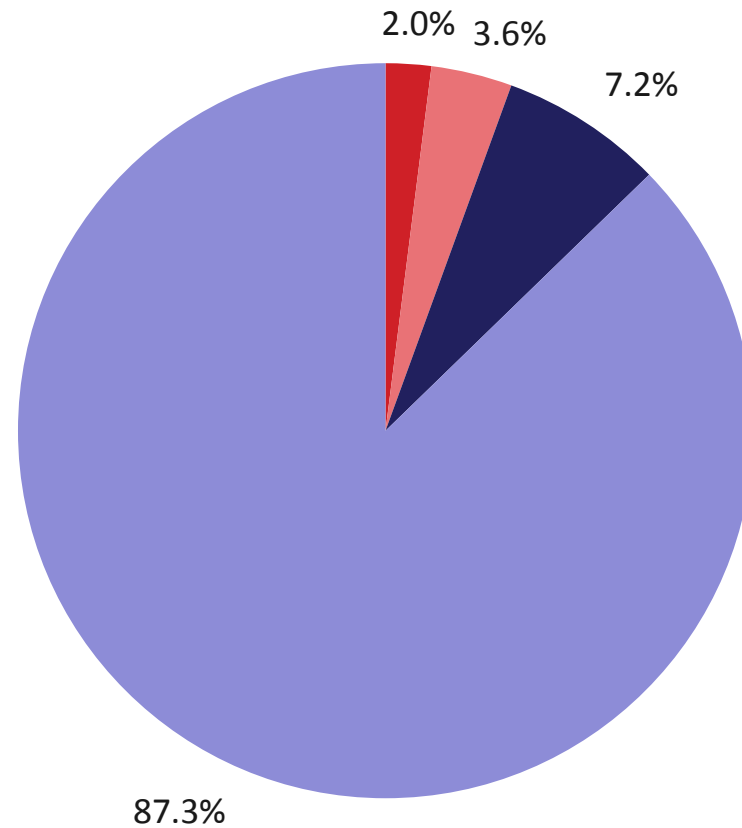
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ძირითადი სასაუბრო ენა



# რამდენობრივი (ეროვნული)

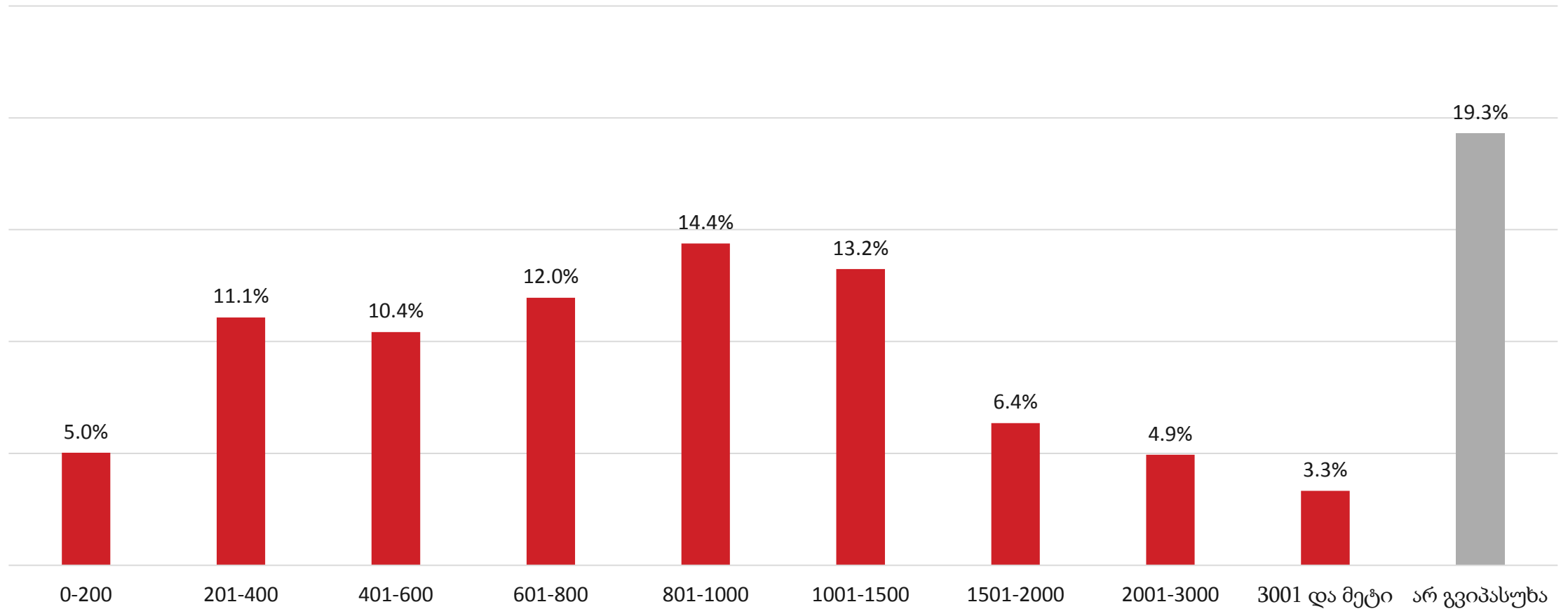
დემოგრაფიული მაჩვენებლები – რამდენად კარგად ფლობთ ქართულ ენას



- საერთოდ არ მესმის
- მიჭირს ინფორმაციის აღქმა
- სასაუბრო დონეზე
- სრულყოფილად

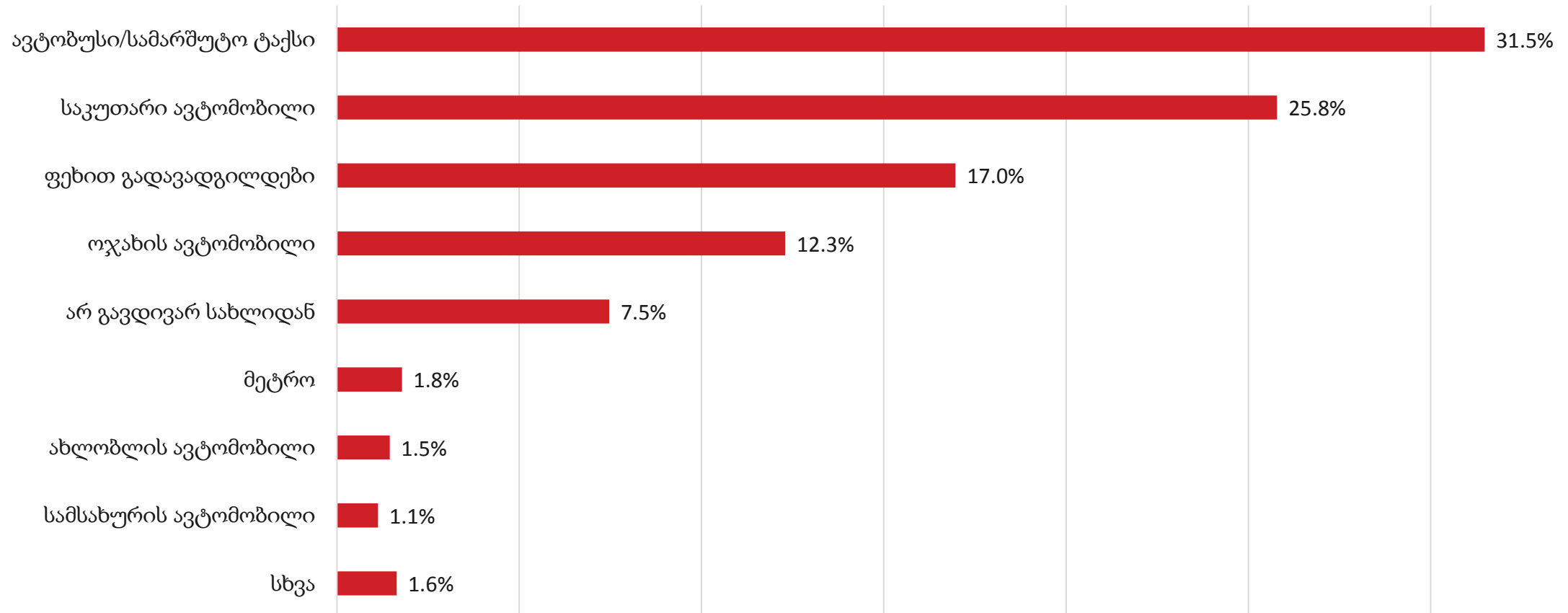
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

ოჯახის საშუალო შემოსავალი ლარში



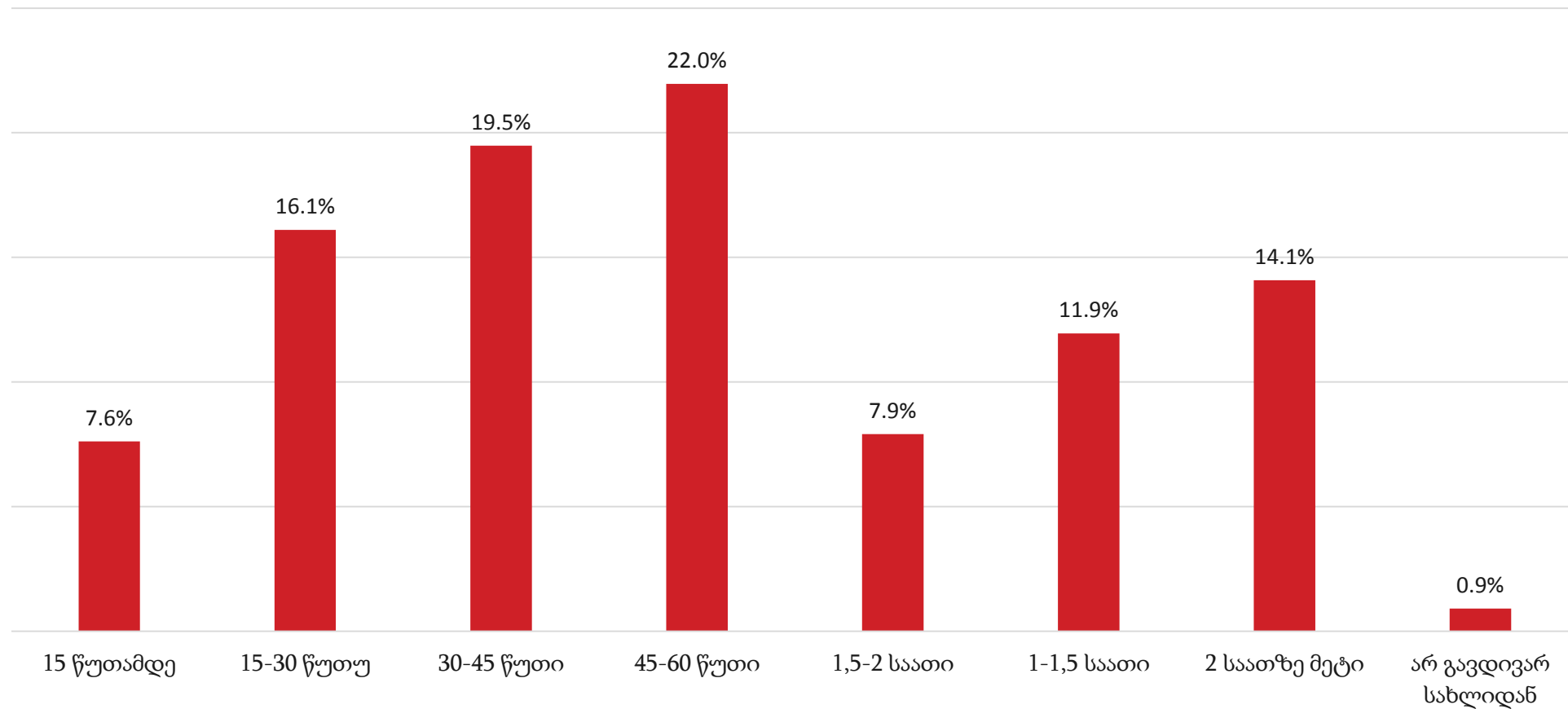
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

ძირითადი გადაადგილების საშუალება



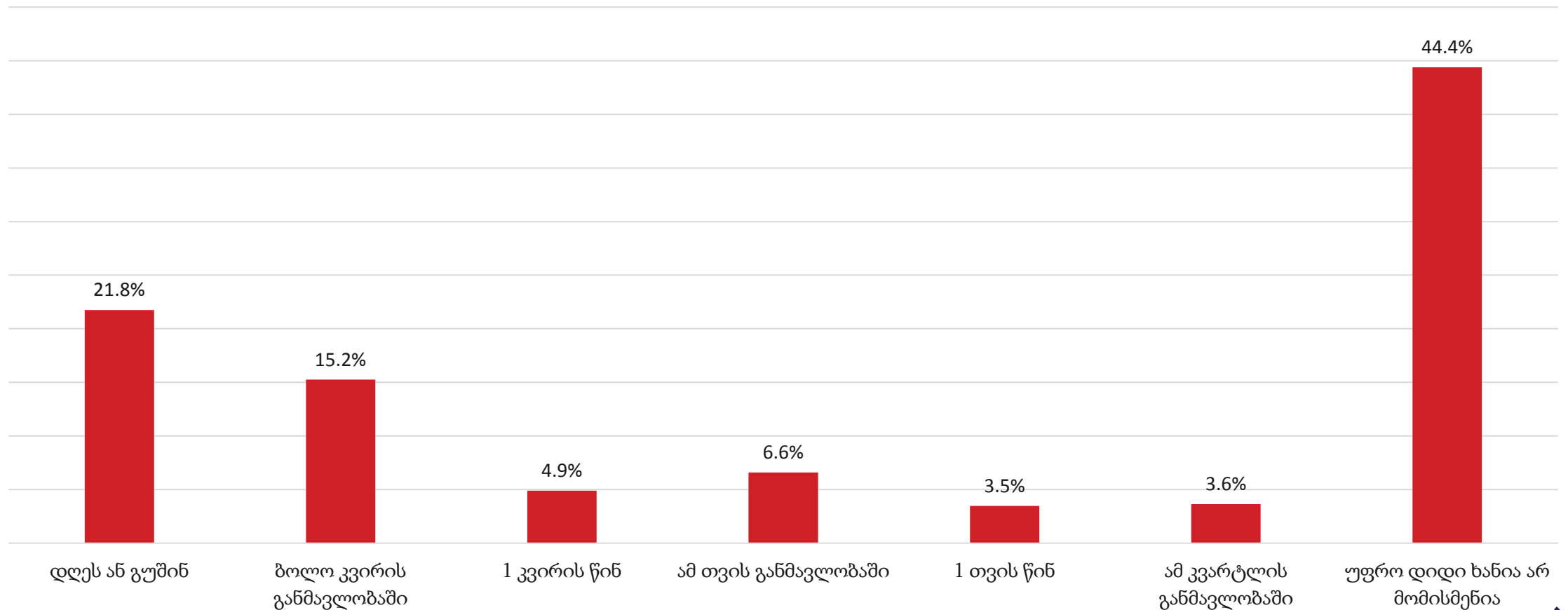
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

ტრანსპორტირებაში დახარჯული დრო



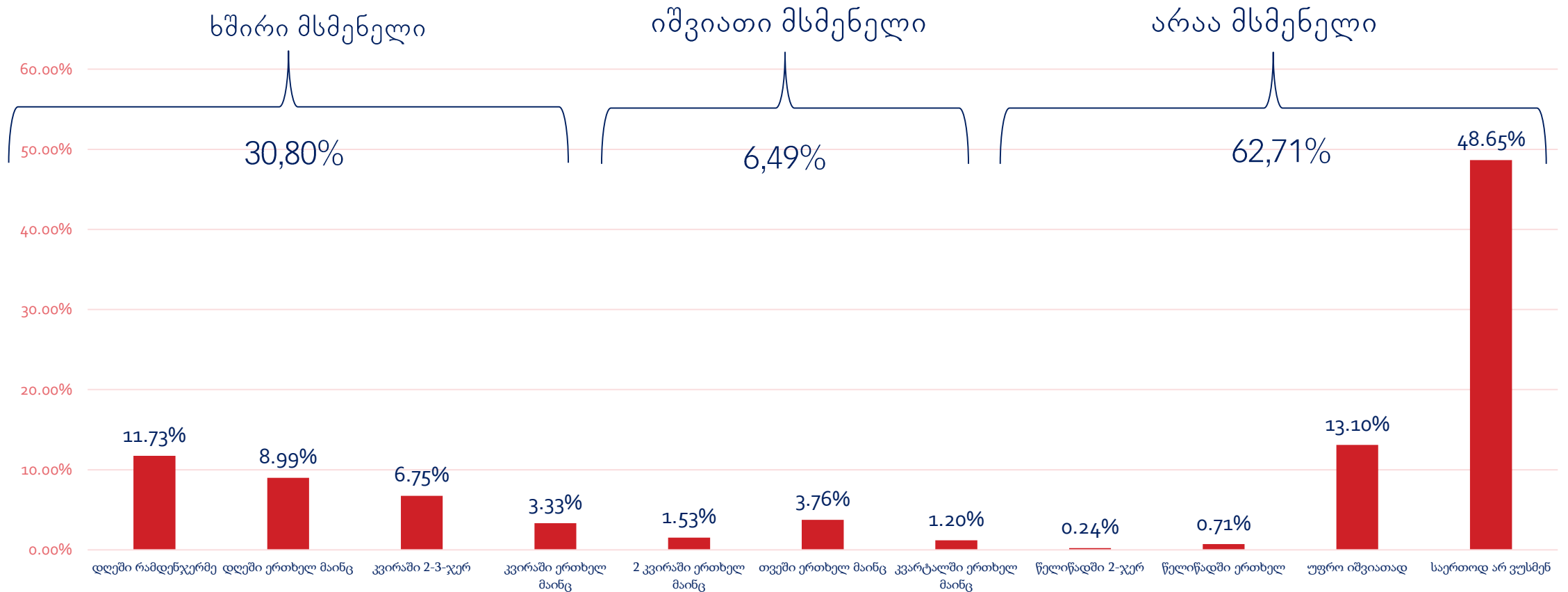
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

ბოლოს როდის მოუსმინეთ რადიოს



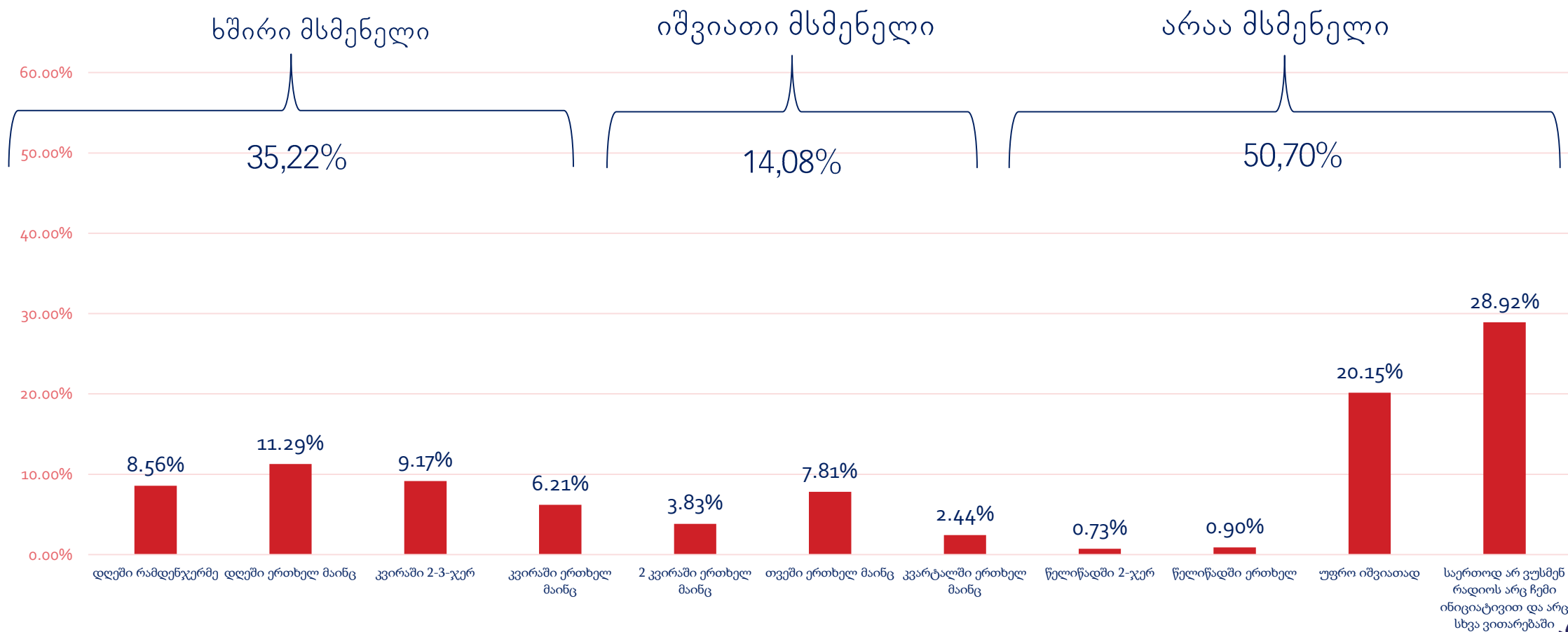
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

რადიოს მოსმენის სიხშირე საკუთარი ინიციატივით



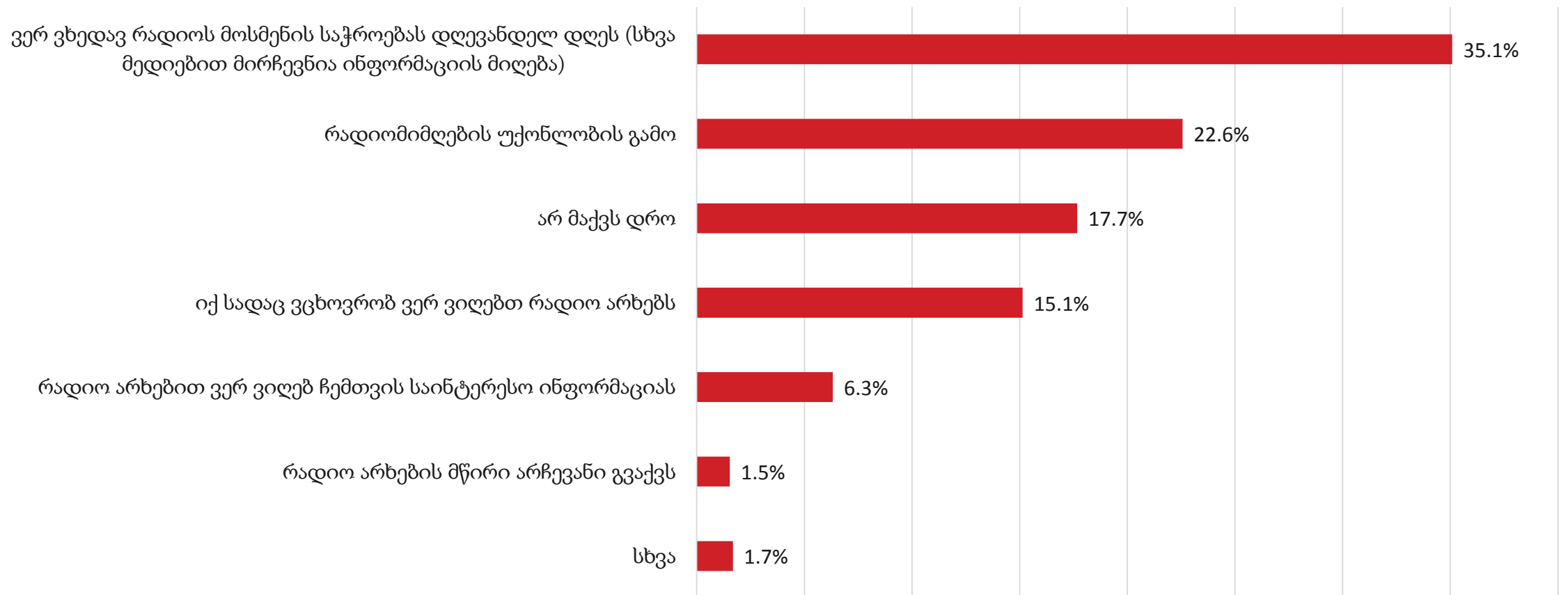
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

რაიოს შემთხვევით მოსმენის სიხშირე ტრანსპორტსა და საზოგადოებრივ ადგილებში



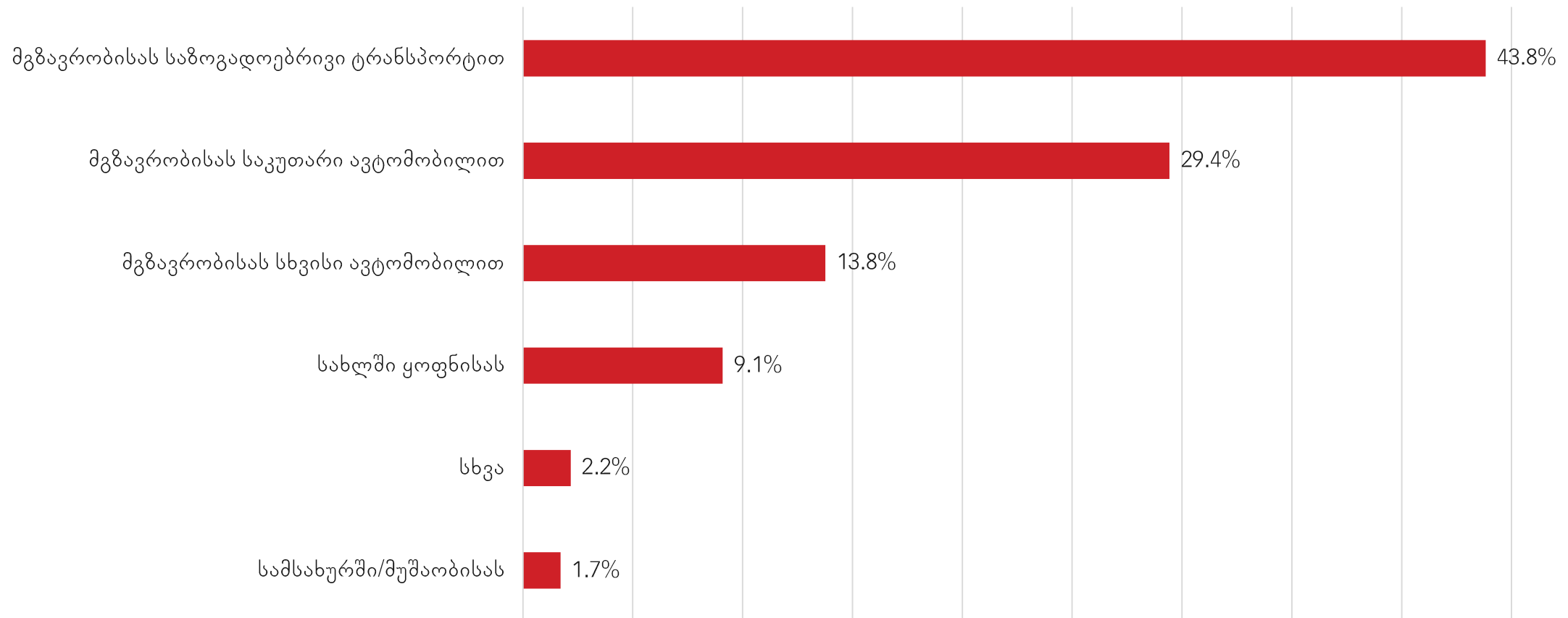
# რადიოტექნოლოგია (ეროვნული)

იშვიათად მოსმენის/არ მოსმენის ძრითადი მიზეზები



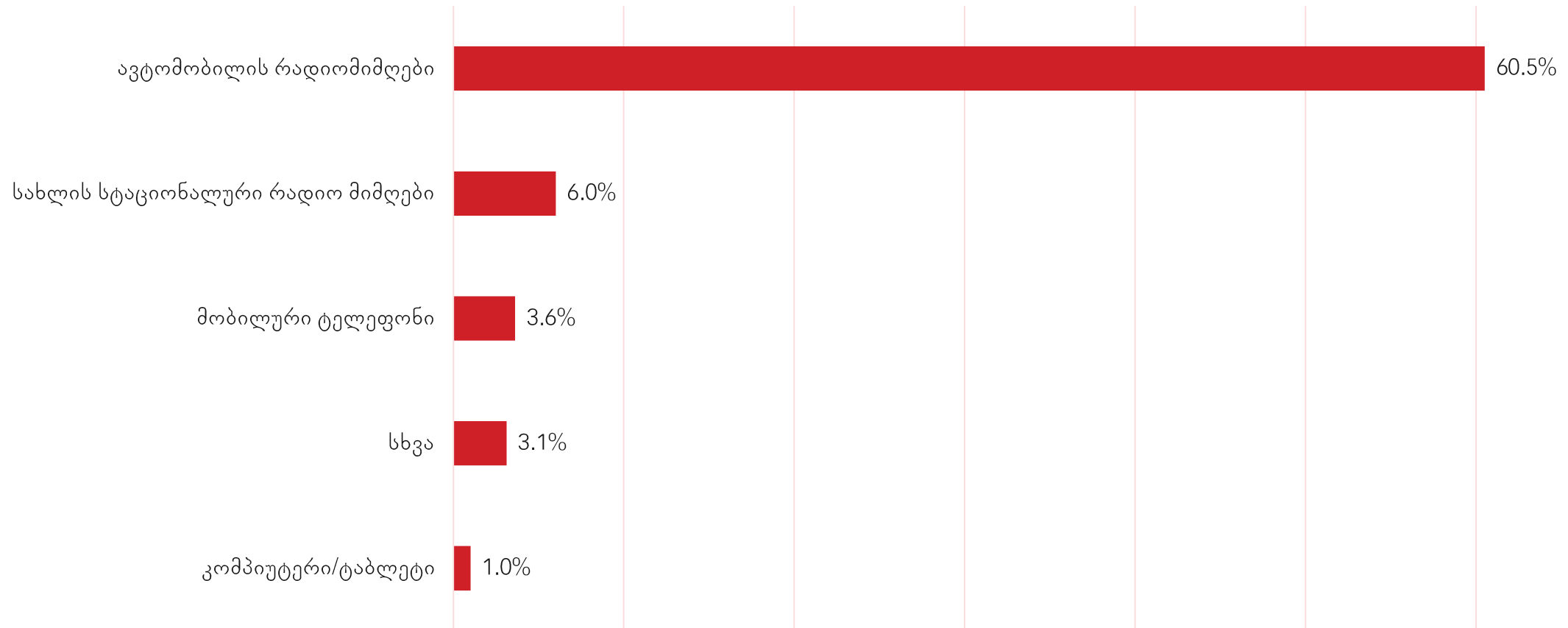
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

რა ვითარებაში უსმენთ რადიოს



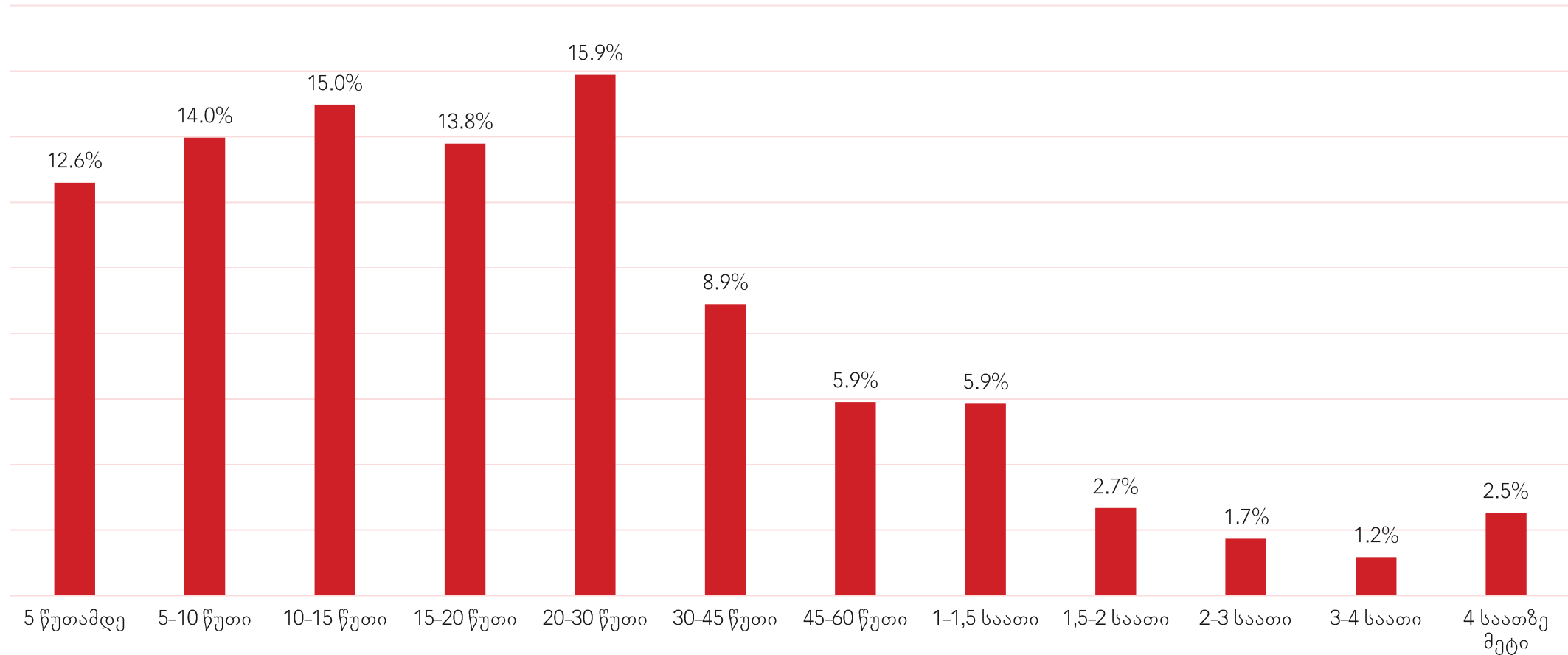
# რადიოენობრივი (ეროვნული)

რა მოსწყობილობით უსმენთ რადიოს



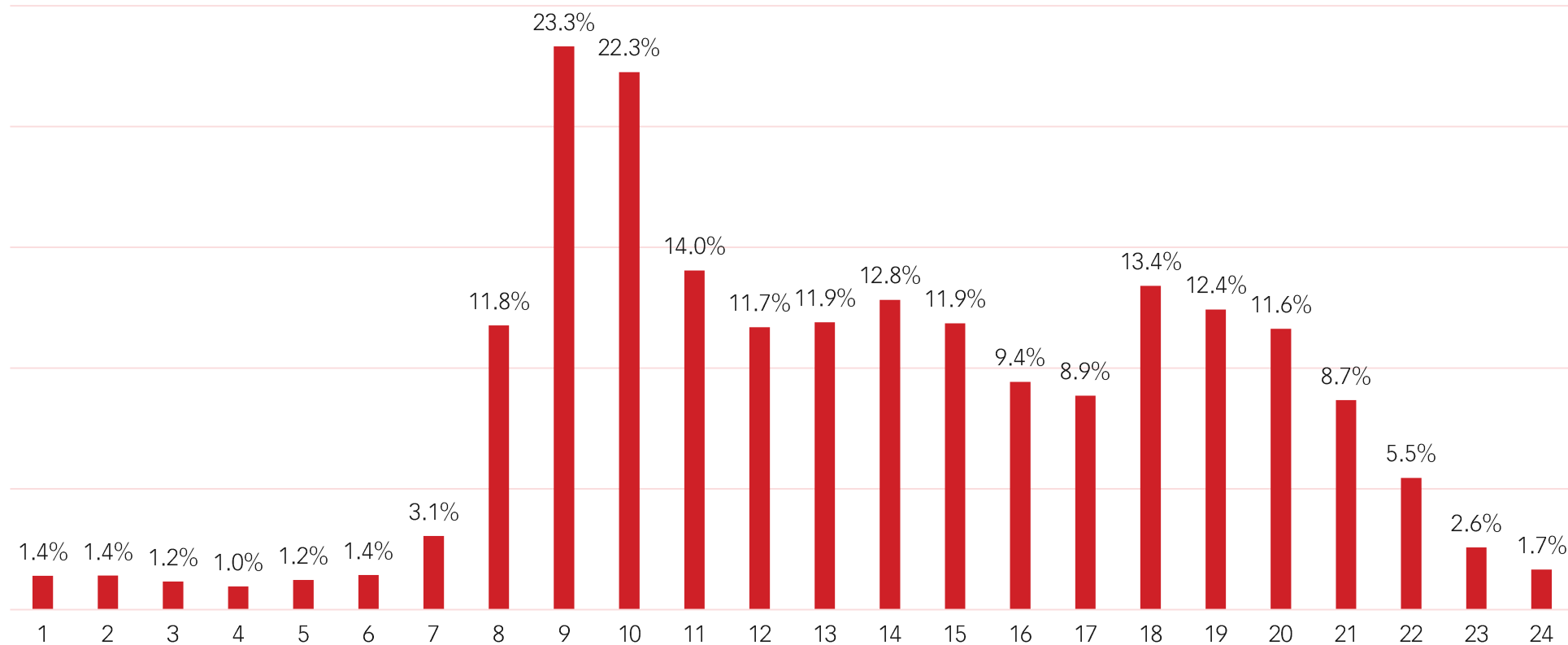
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

რადიოს მოსმენის საშუალო ხანგრძლივობა დღეში



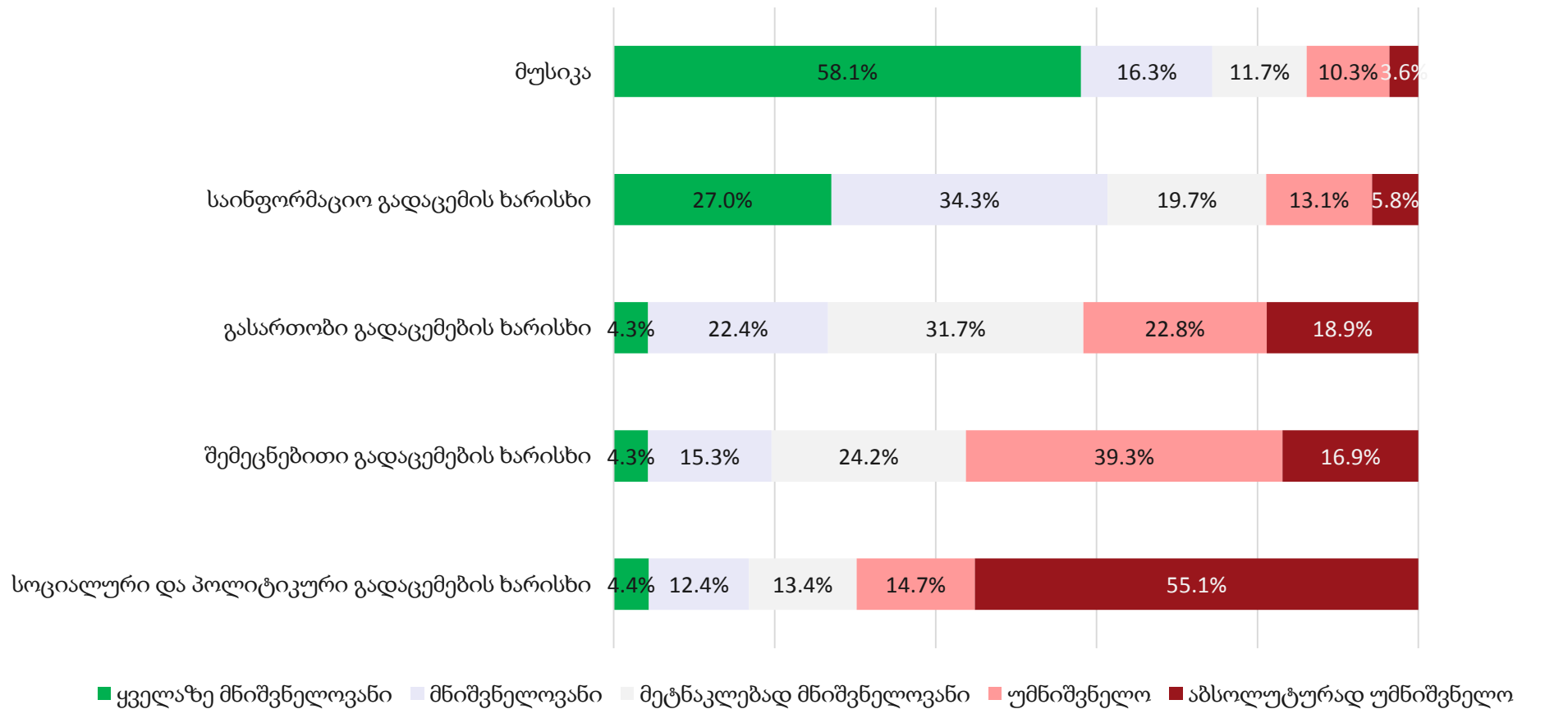
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

როემლ საათებში უსმენთ რადიოს



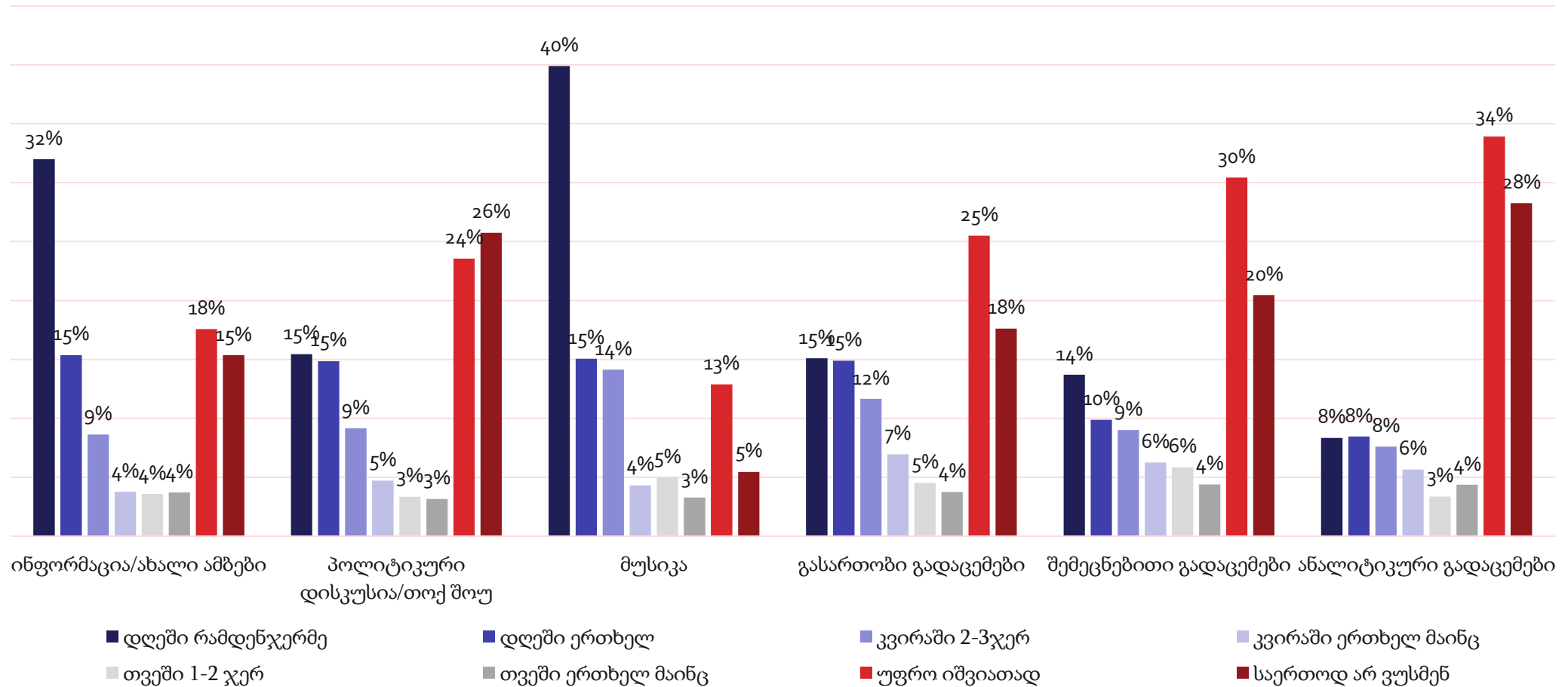
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

## რაოდის შეჩვენვის კრიტერიუმები



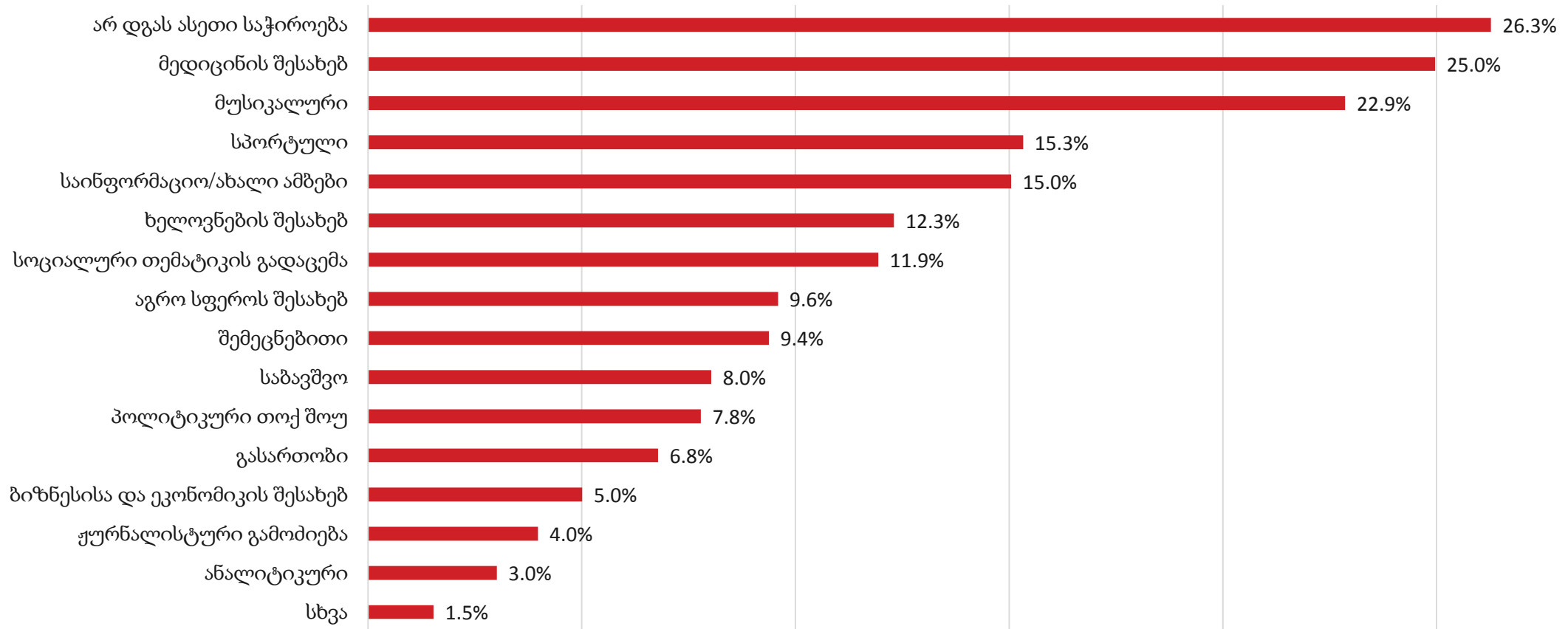
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე



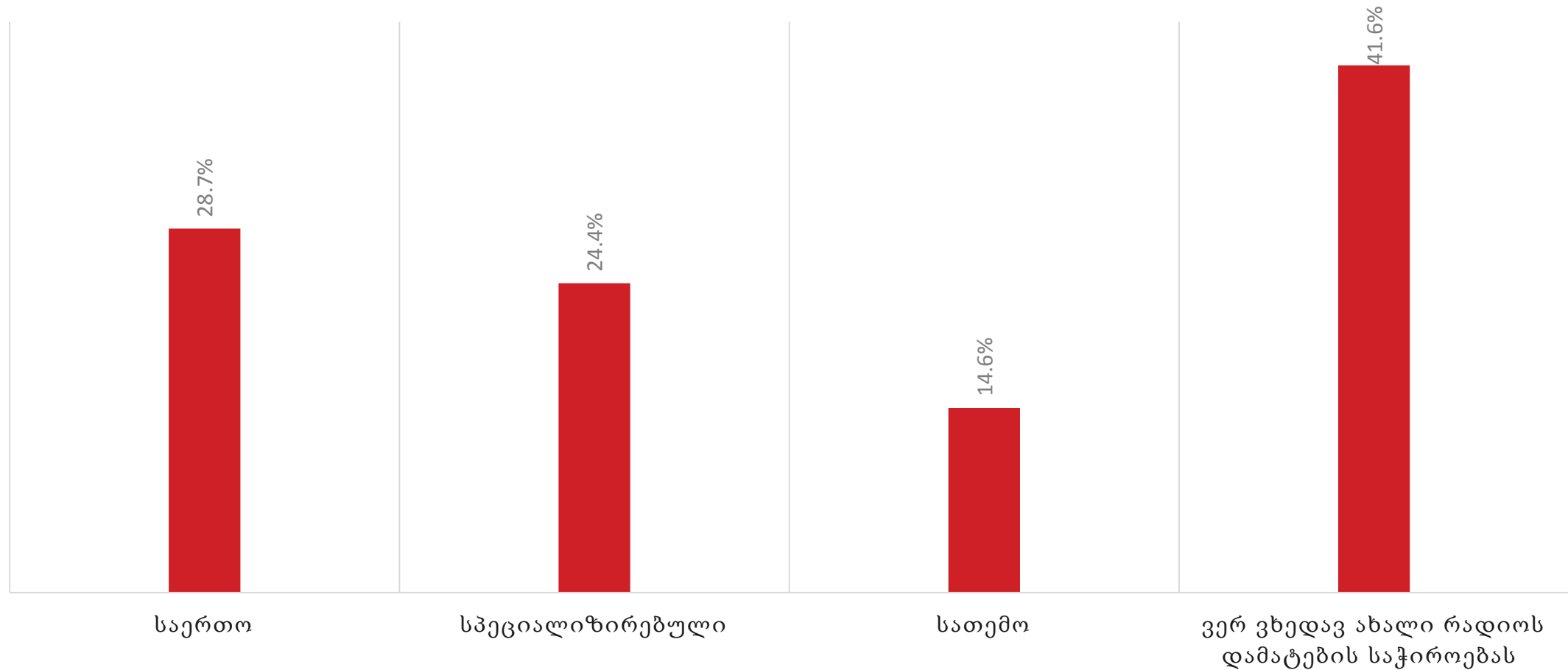
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

რა ტიპის რადიოგადაცემების ნაკლებობას გრძნობთ



# რადიოტექნიკა (ეროვნული)

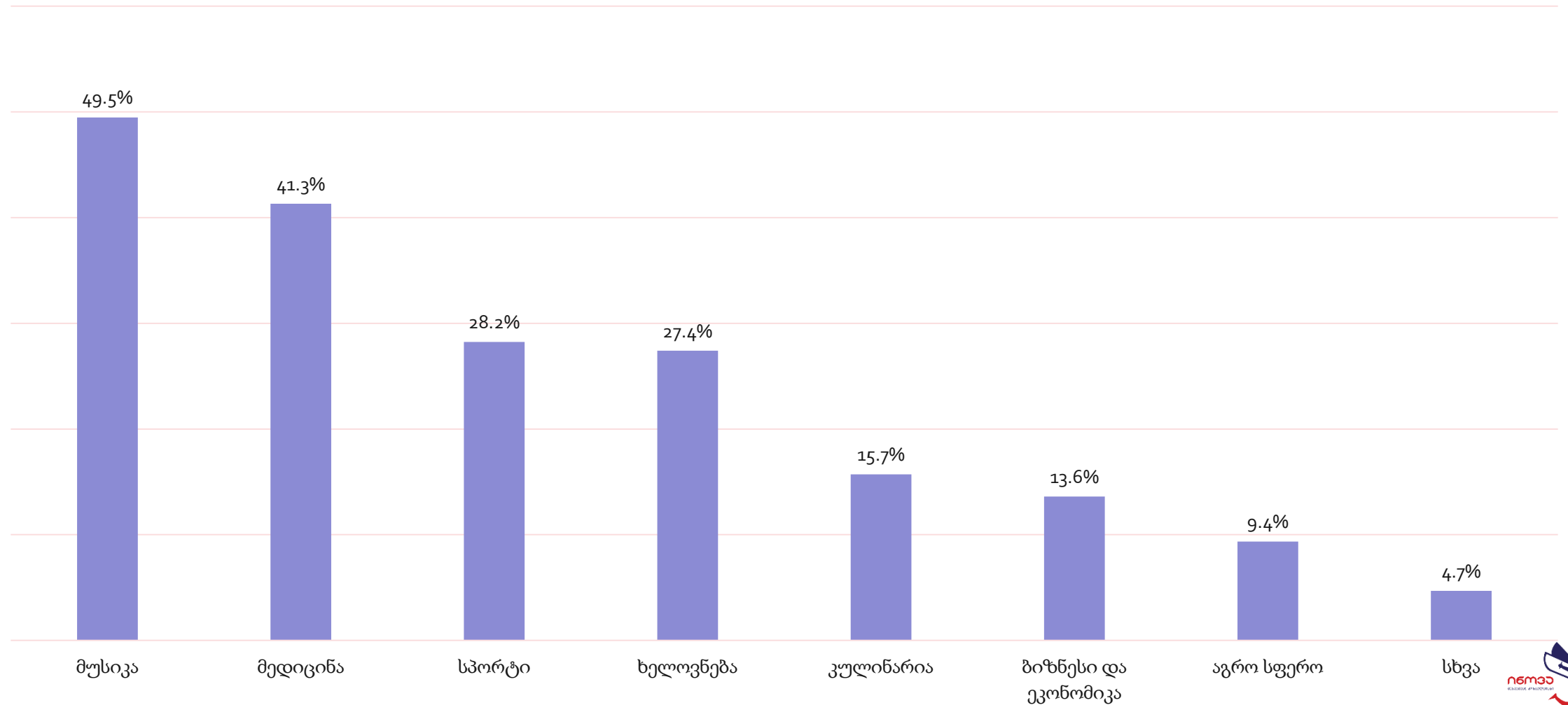
რა ტიპის რადიო არხის დამატების საჭიროებას დგას



\*შესაძლებელი იყო რამდენიმე პასუხის მონიშვნა

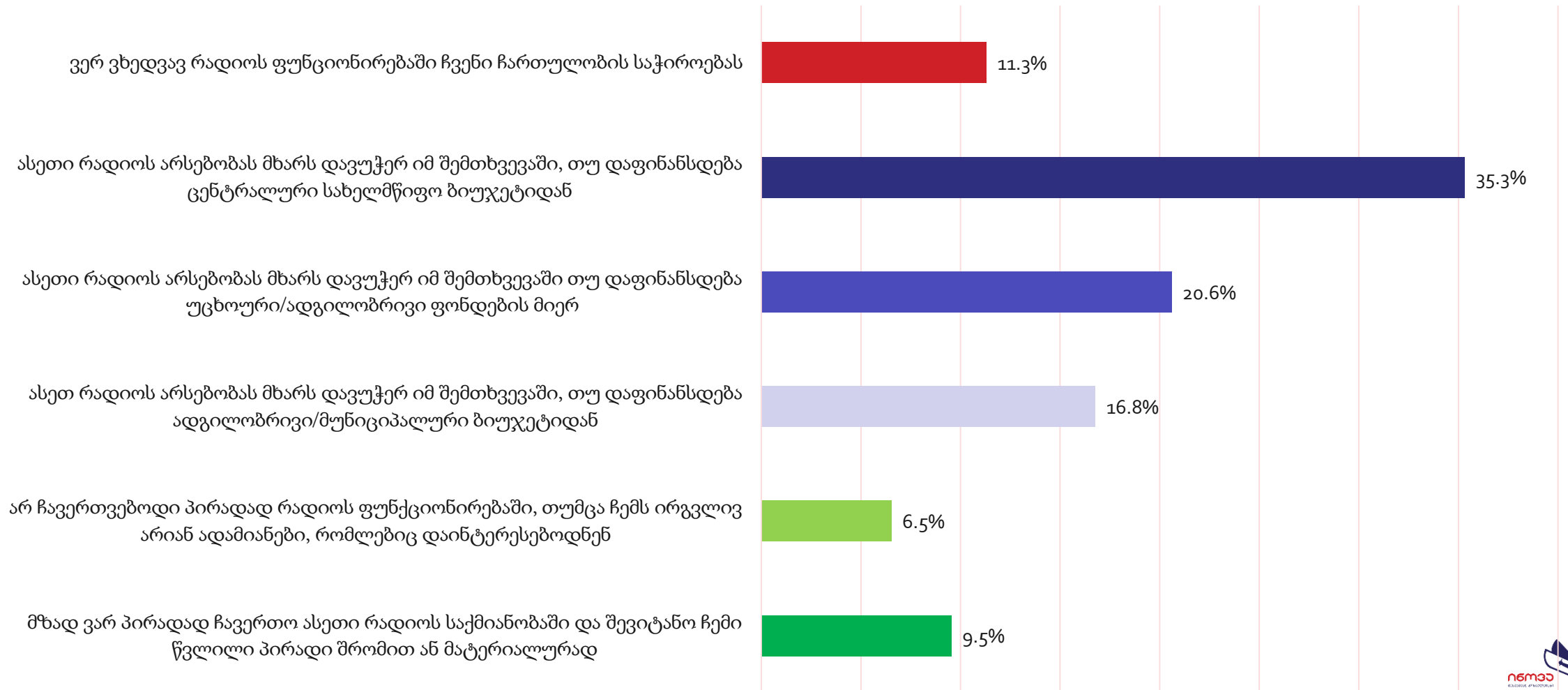
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

თემატიკა სპეცილიზირებული არხებისთვის



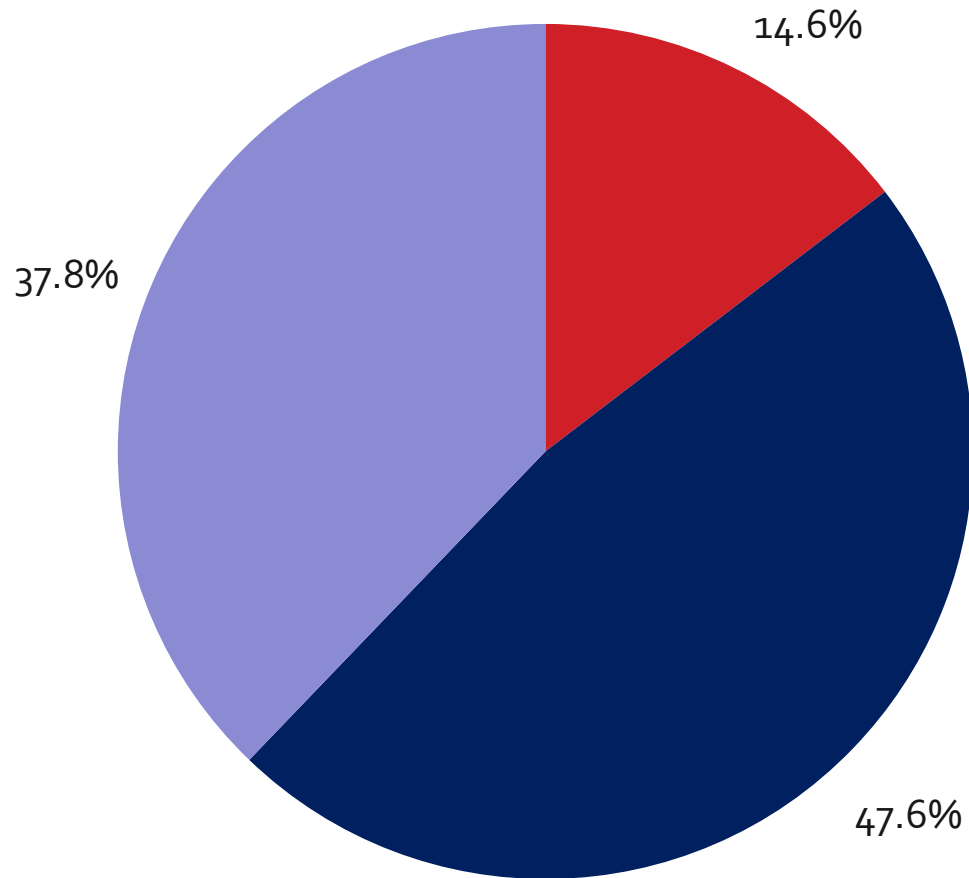
# რაოდენობრივი (ეროვნული)

## სათემო რადიოში ჩართულობის მზაობა



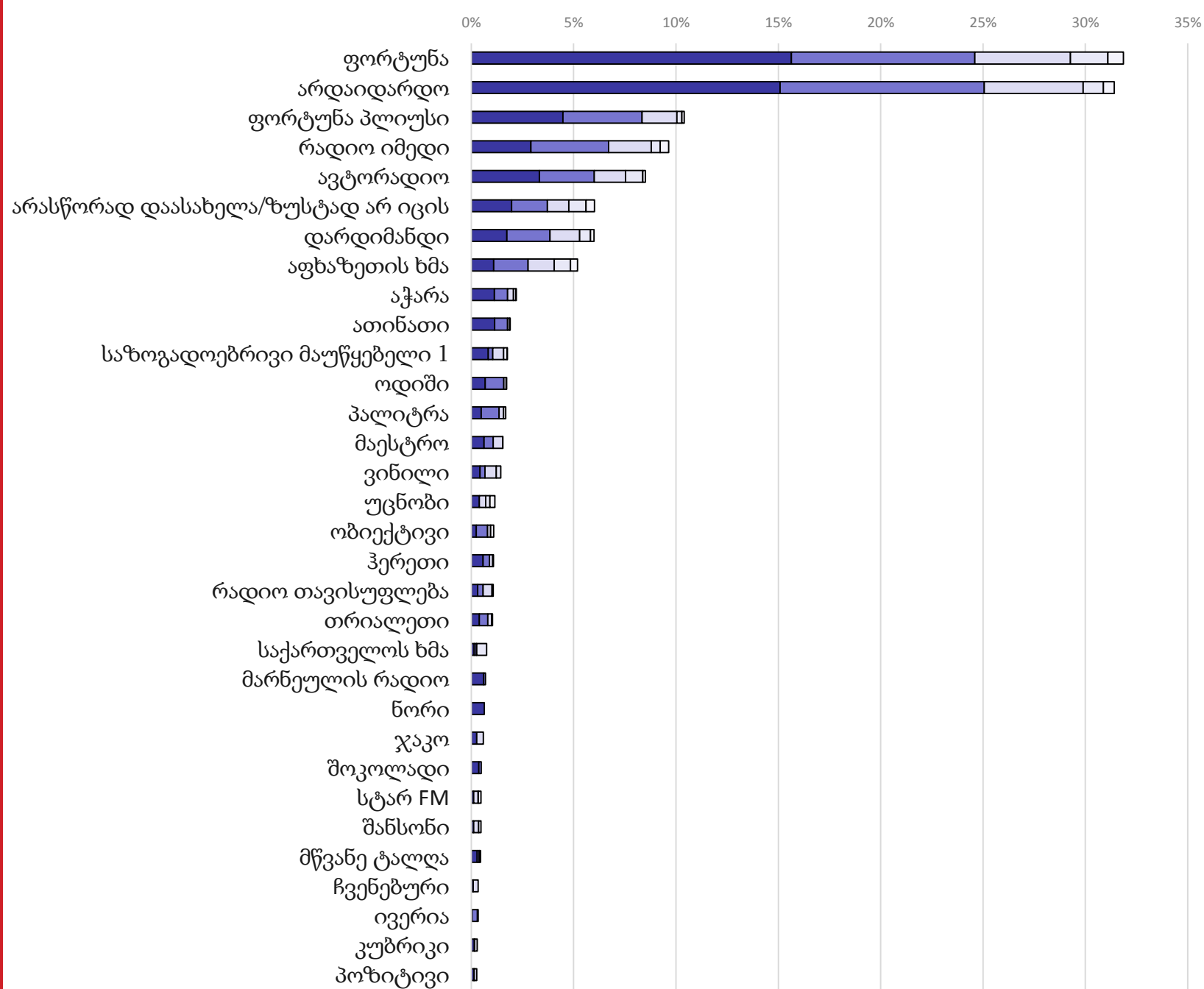
# რადიენობრივი (ეროვნული)

მოთხოვნა რეგიონულ რადიოზე



- ადგილობრივი ამბები საკმარისად კარგად შუქდება, ვერ ვხედავ ასეთი რადიოსადგურის დამატების საჭიროებას
- დღან, ასეთი რადიოსადგურის არსებობის საჭიროება დგას
- მიჭირს პასუხის გაცემა

რადიოტექნოლოგიები  
(ეროვნული)  
TOP OF MIND- რადიო  
არხები

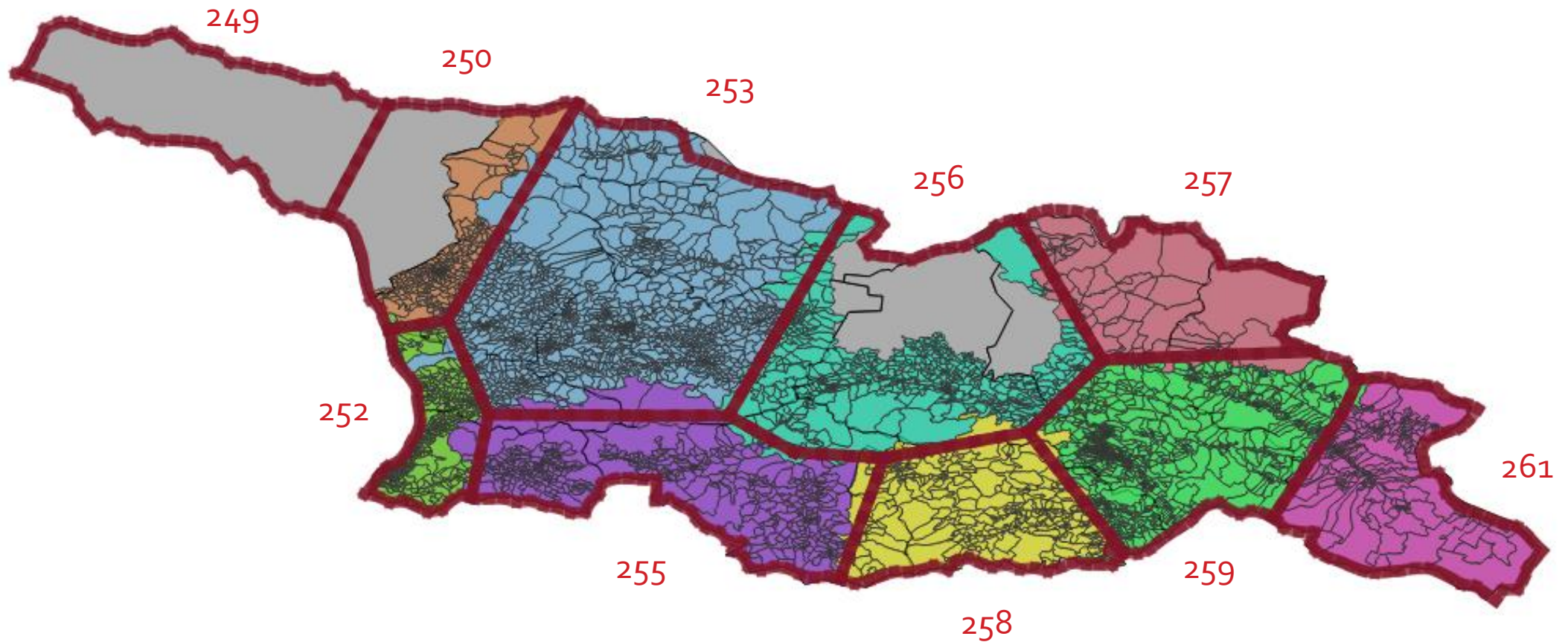


■ 1-ლი დასახელებული ■ მე-2 დასახელებული ■ მე-3 დასახელებული ■ მე-4 დასახელებული ■ მე-5 დასახელებული

# რაოდენობრივი კვლევის შედეგები (სამაუწყებლო ზონების მიხედვით)

ანგარიშის შემდეგი ნაწილში წარმოდგენილია რაოდენობრივი კვლევის  
შედეგების სამაუწყებლო ზონების შეწონილი მაჩვენებლები

# სამაუწყებლო ზონები



# ძირითადი მიგნებები

ანგარიშის ამ ნაწილში წარმოდგენილია რაოდენობრივი კვლევის შედეგები სამაუწყებლო ზონების მიხედვით. თითოეული ზონაში მონაცემები შეწონილია მეთოდოლოგიაში მოყვნილი პრინციპის საფუძველზე. თითოეულ კითხვაზე პასუხი წარმოდგენილია ზონაში გამოკითხული რესპონდენტების პროცენტული წილის სახით.

რადიოს მოსმენის თვალსაზრისით ყველაზე აქტიური 259-ე ზონაა, რაც ლოგიკურია, ვინაიდან ამ ტერიტორიაზე ყველაზე მეტი რადიოარხის მიღების საშუალებაა.

რადიო არხების მიღების პრობლემა ყველაზე აქტიურად 253, 255 და 257-ე ზონებში დასახელდა.

საერთო მაუწყებელზე მოთხოვნა სხვა ზონებთან შედარებით უფრო დიდია 255, 258 და 259-ე ზონებში. სპეციალიზებული მაუწყებლის დამატებას ასევე აქტიურად ითხოვენ 252, 259 და 261-ე ზონებში.

სათემო მაუწყებელზე შედარებით დიდი მოთხოვნა ფიქსირდება 252 და 258-ე ზონებში.

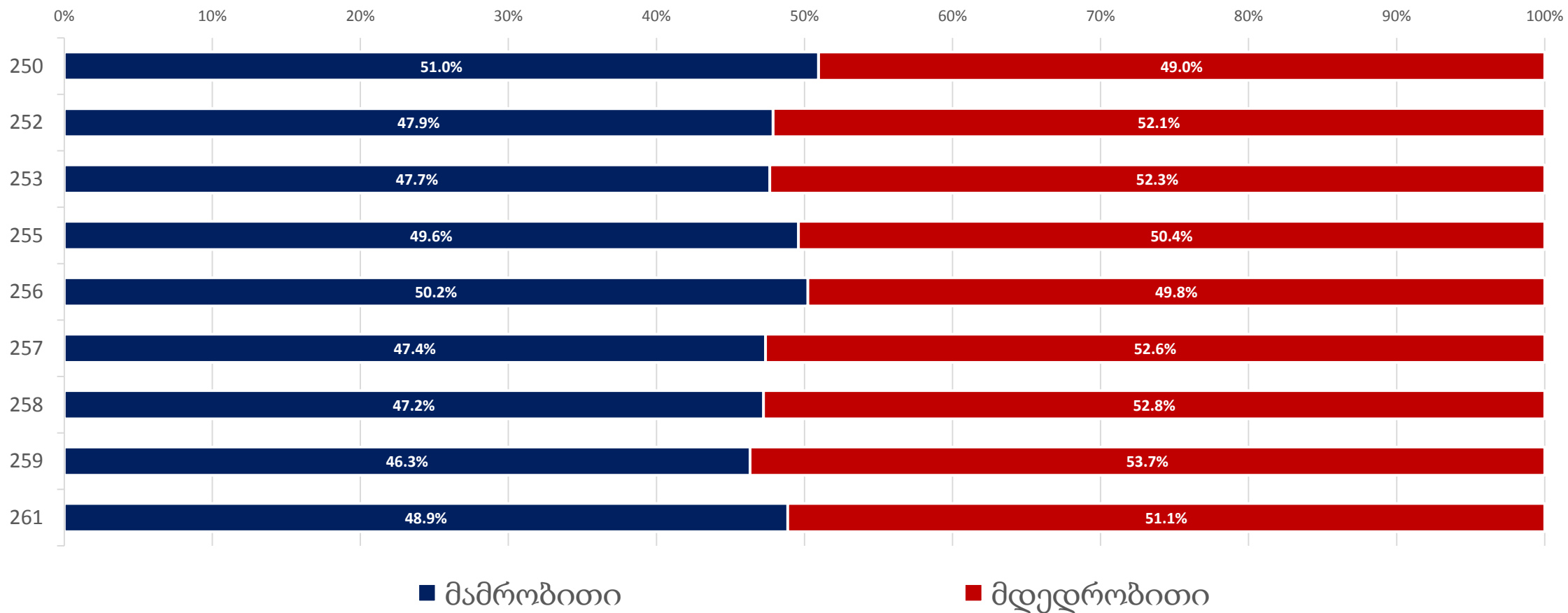
ზონების უმეტეს შემთხვევაში მუსიკა და მედიცინა ყველაზე პოპულარული თემატიკაა სპეციალიზებული რადიოსთვის.

სათემო რადიოში ჩართულობის მზაობის სურვილი ყველაზე აქტიურად 255-ე და 258-ე ზონებში გამოთქვეს.

259-ე ზონის გარდა, თითქმის ყველა ზონაში მაღალი მოთხოვნა ფიქსირდება რეგიონულ რადიოსადგურზე.

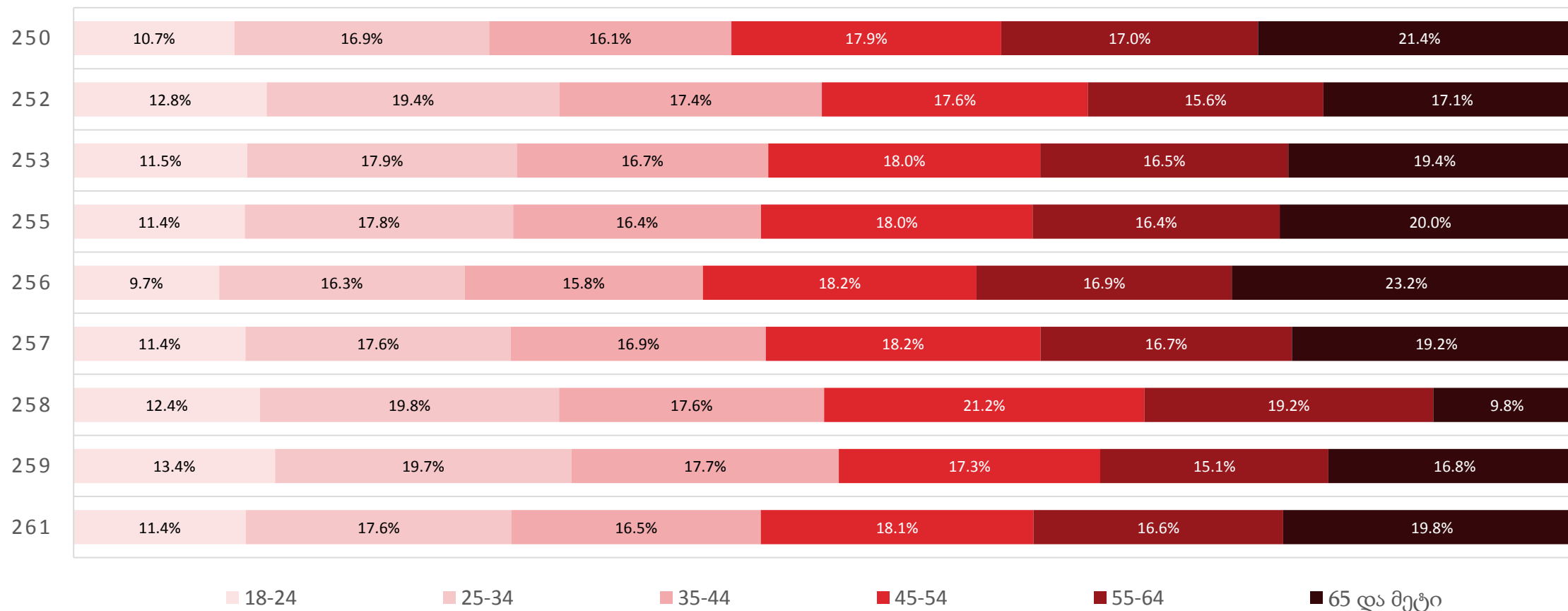
# რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – სქესი



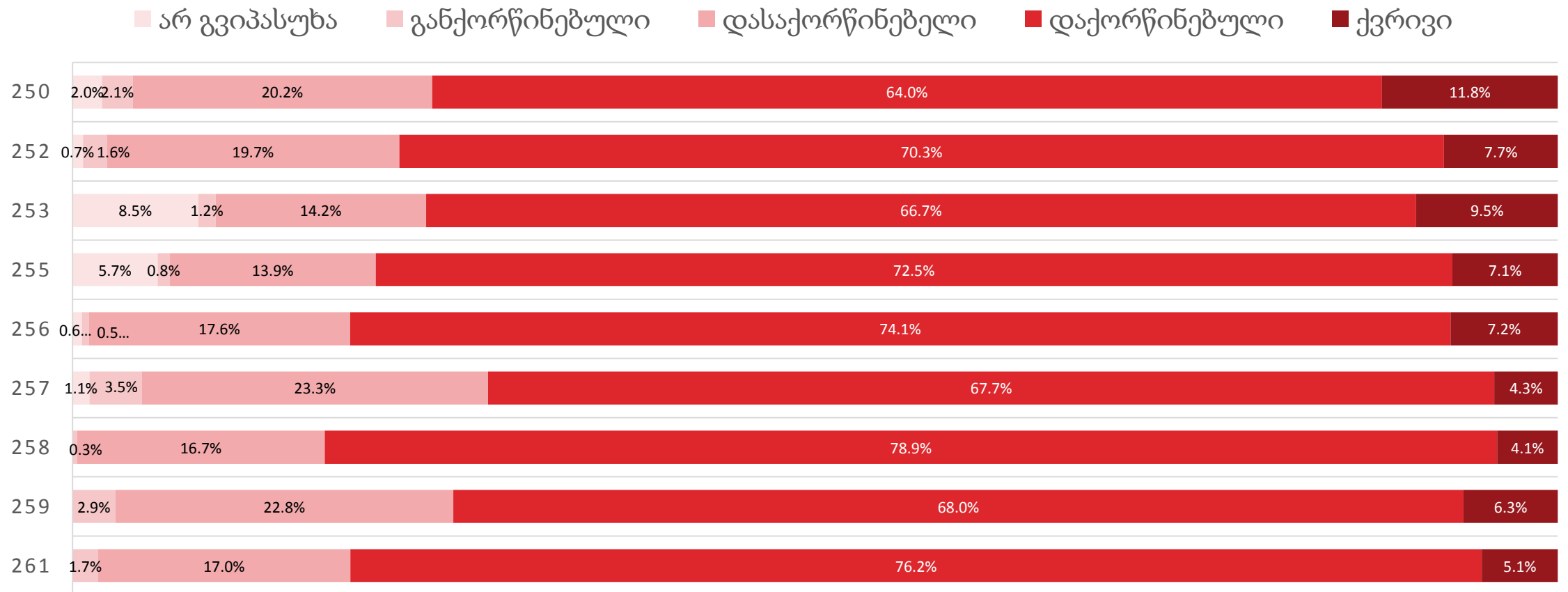
# რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ასაკი



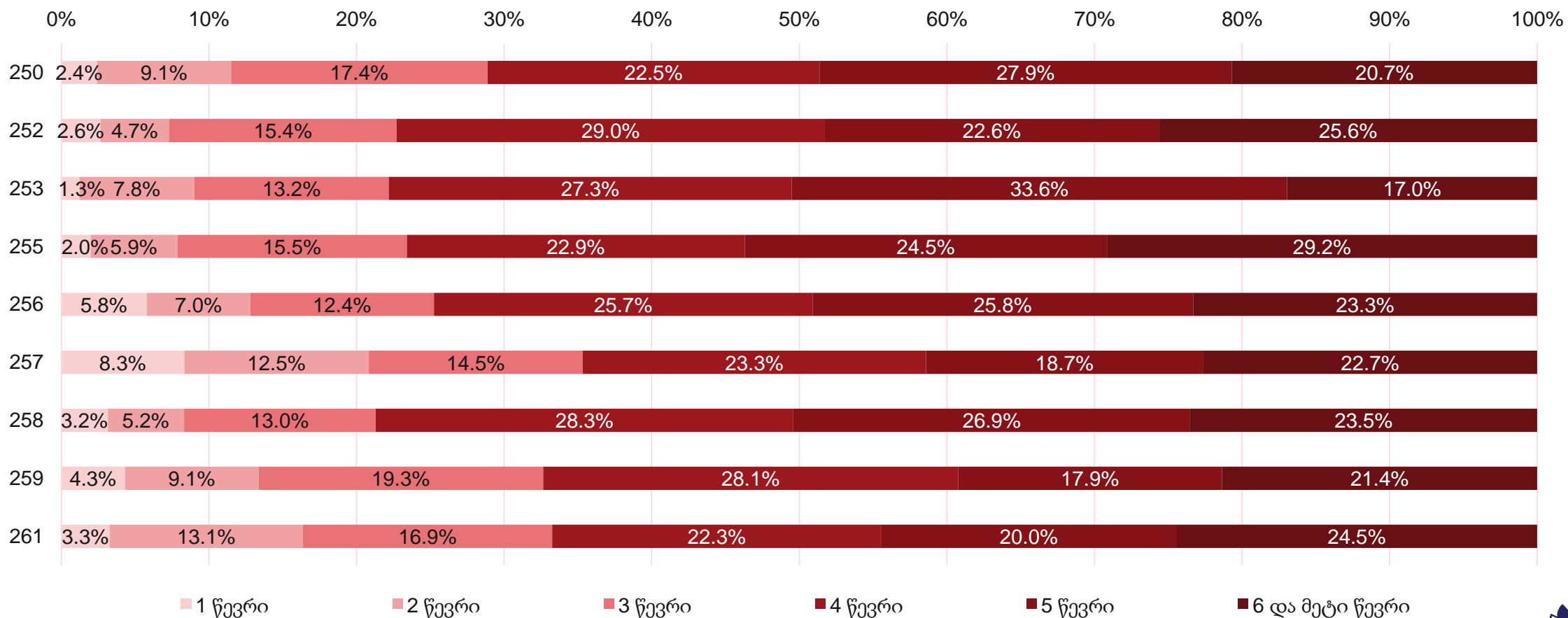
# რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ოჯახური მდგომარეობა



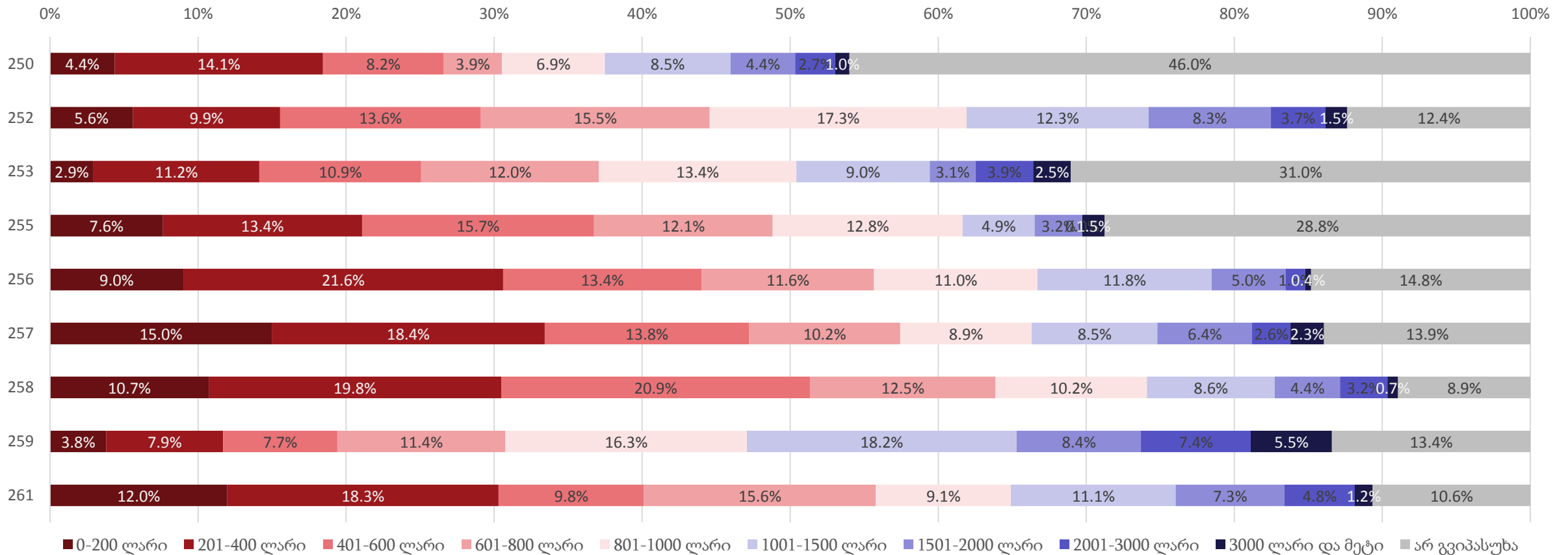
# რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ოჯახის წევრების რაოდენობა



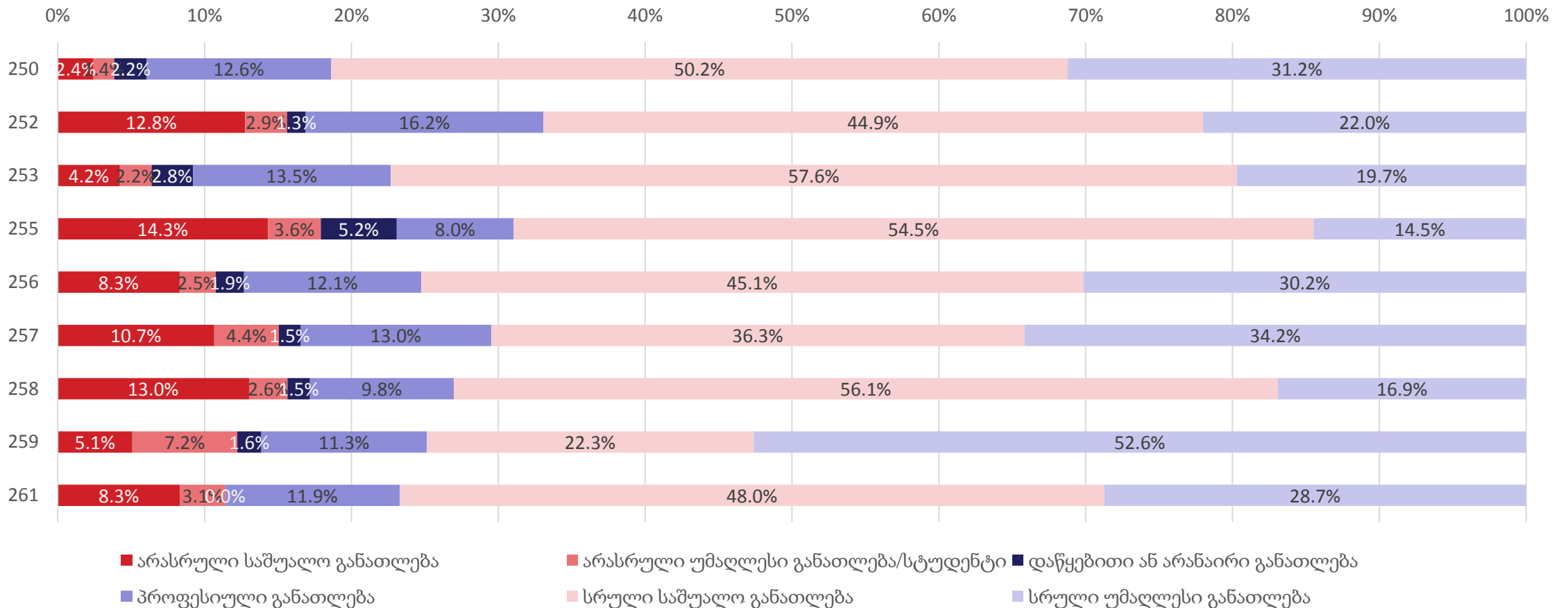
# რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები – ოჯახის შემოსავალი



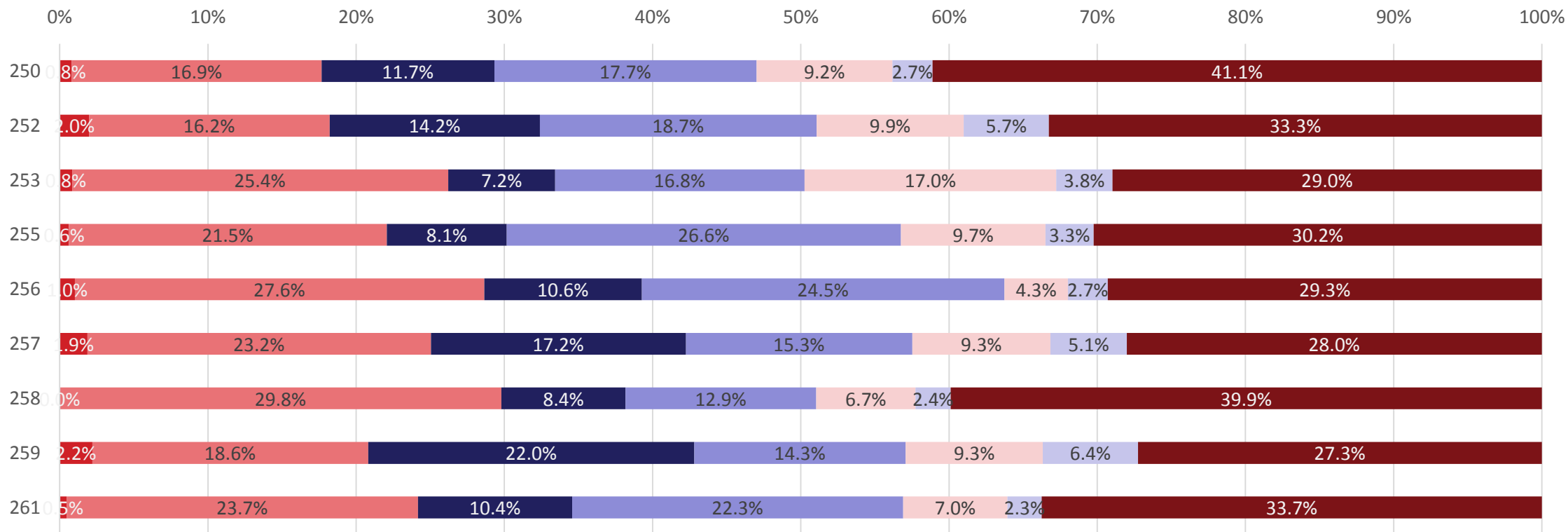
# რაოდენობრივი (ზონური)

## დემოგრაფიული მაჩვენებლები – განათლება



# რაოდენობრივი (ზონური)

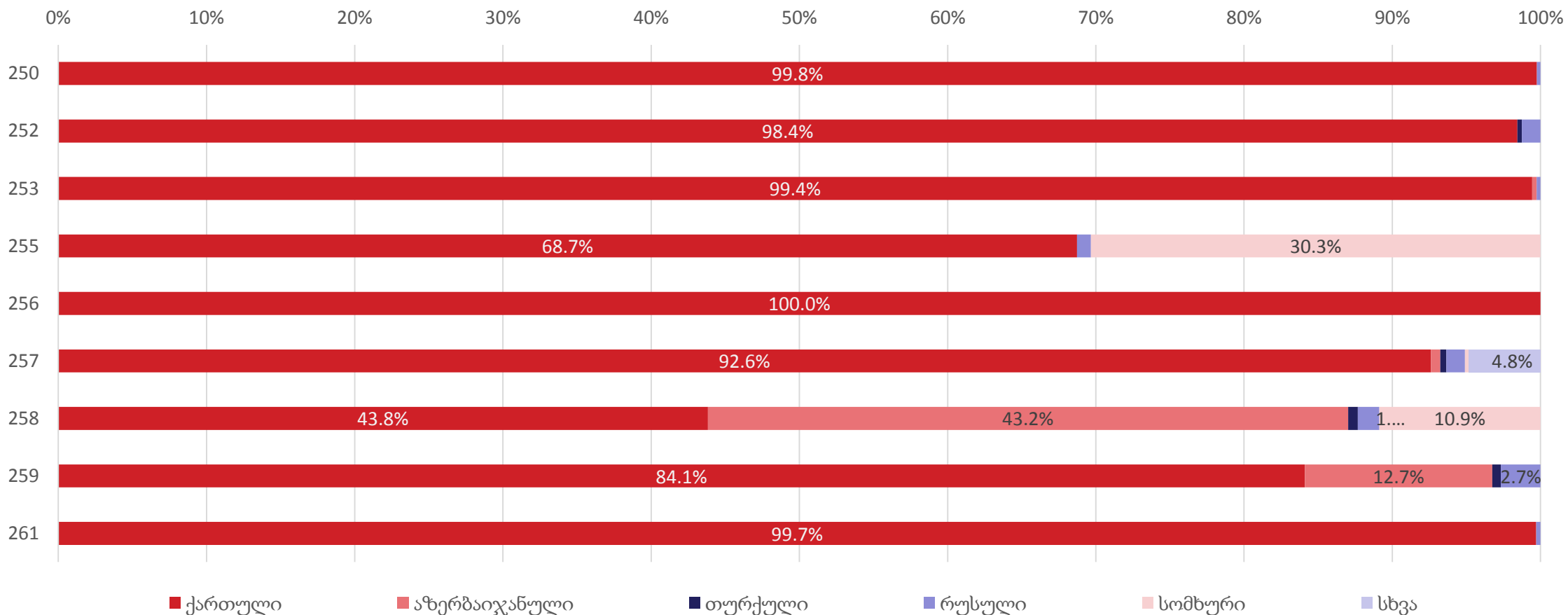
## დემოგრაფიული მახვენებლები – დასაქმება



- არასამთავრობო ორგანიზაციაში დასაქმებული
- თვითდასაქმებული
- კერძო ორგანიზაციაში ან კერძო პირთან დასაქმებული
- პენსიონერი
- სახელმწიფო ორგანიზაციაში დასაქმებული
- სტუდენტი
- უმუშევარი

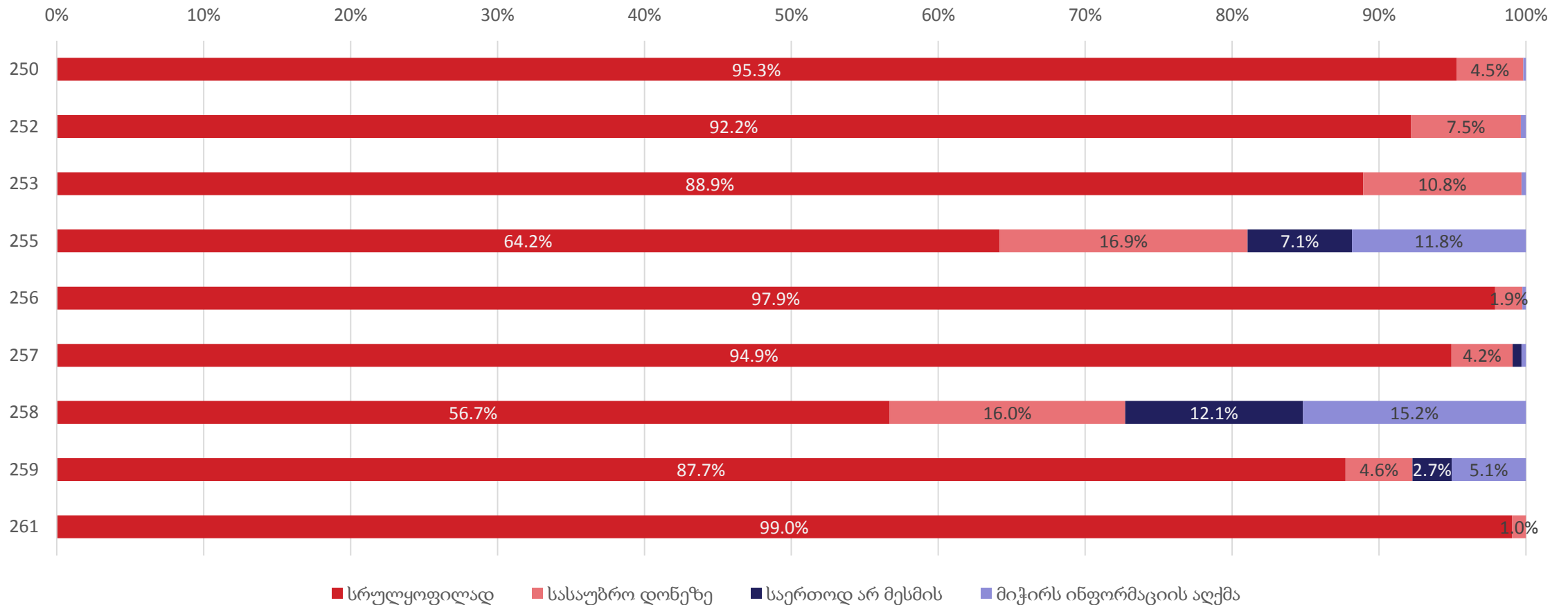
# რაოდენობრივი (ზონური)

## ძირითადი სასაუბრო ენა



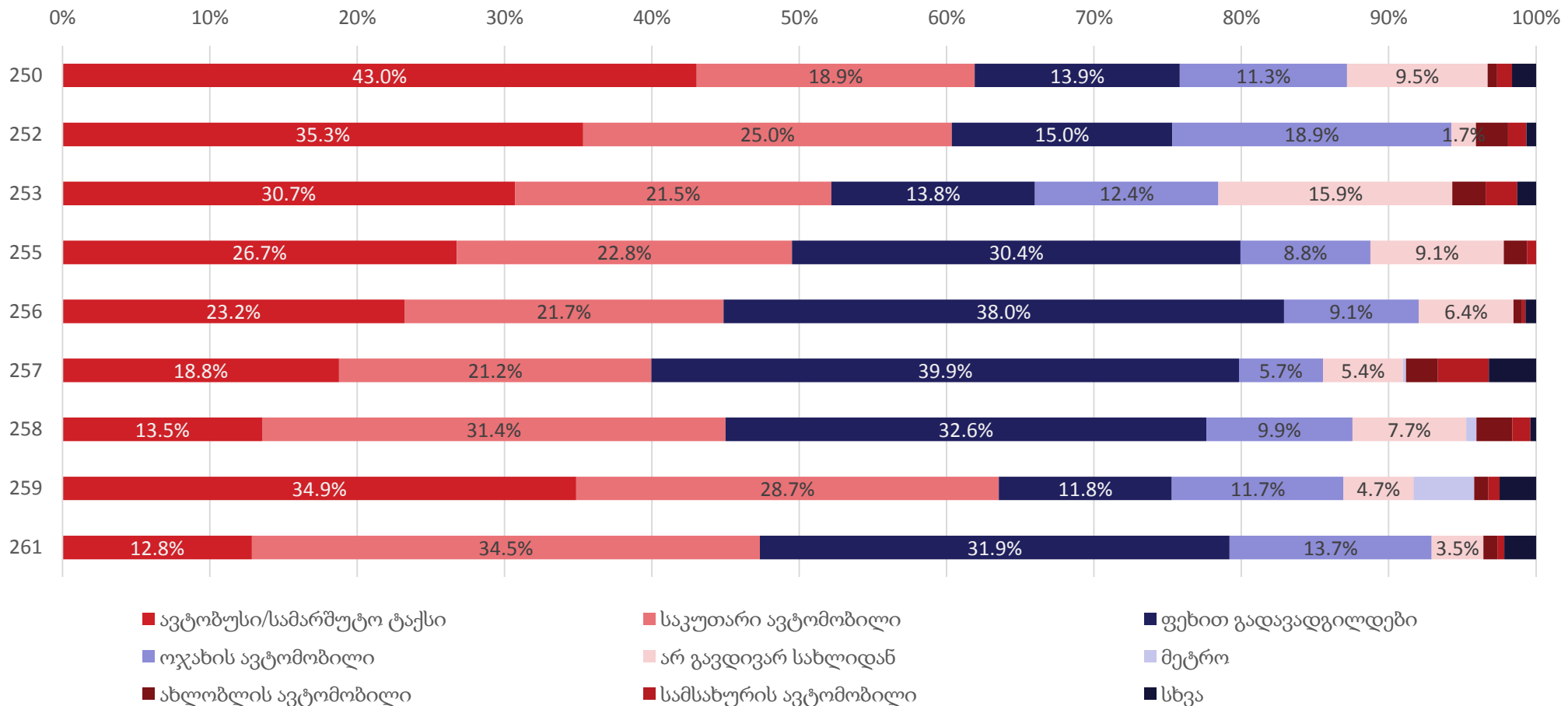
# რაოდენობრივი (ზონური)

რამდენად კარგად ფლობთ ქართულ ენას?



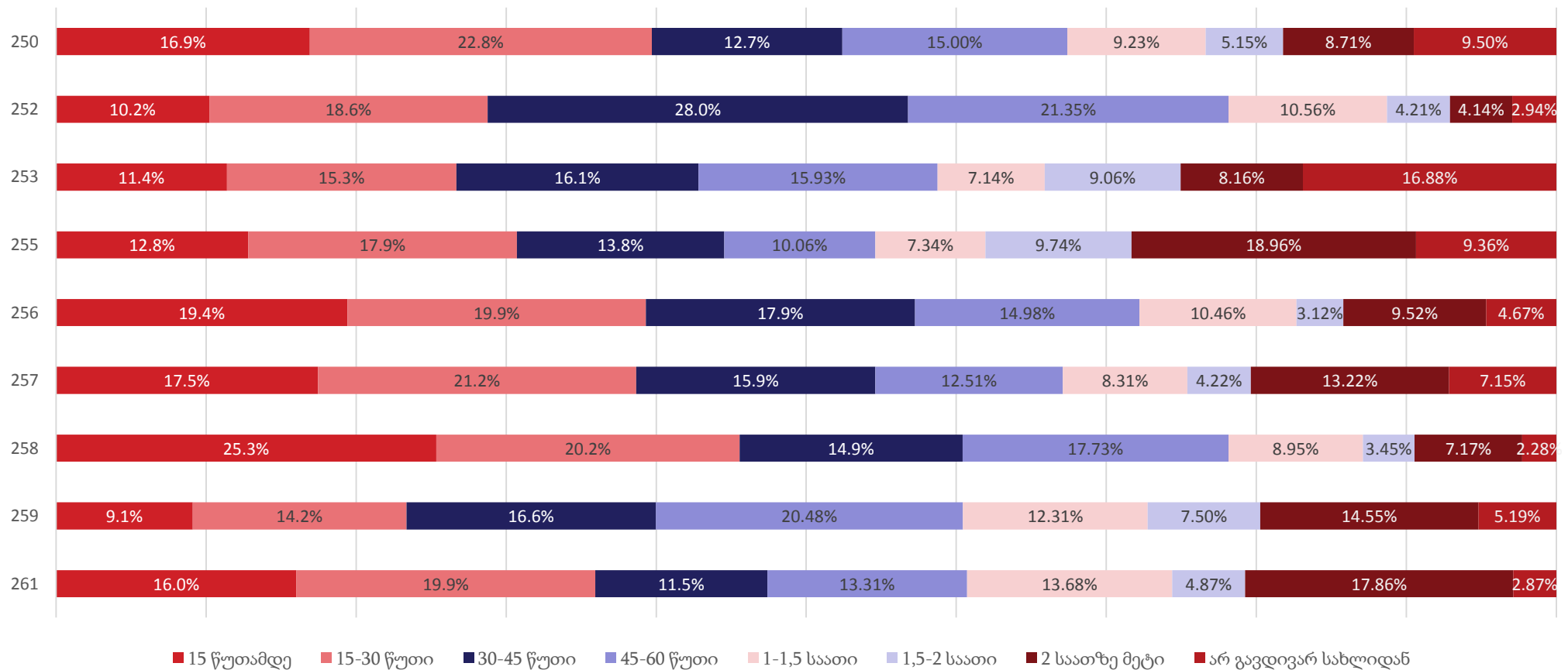
# რაოდენობრივი (ზონური)

## ძირითადი გადაადგილების საშუალება



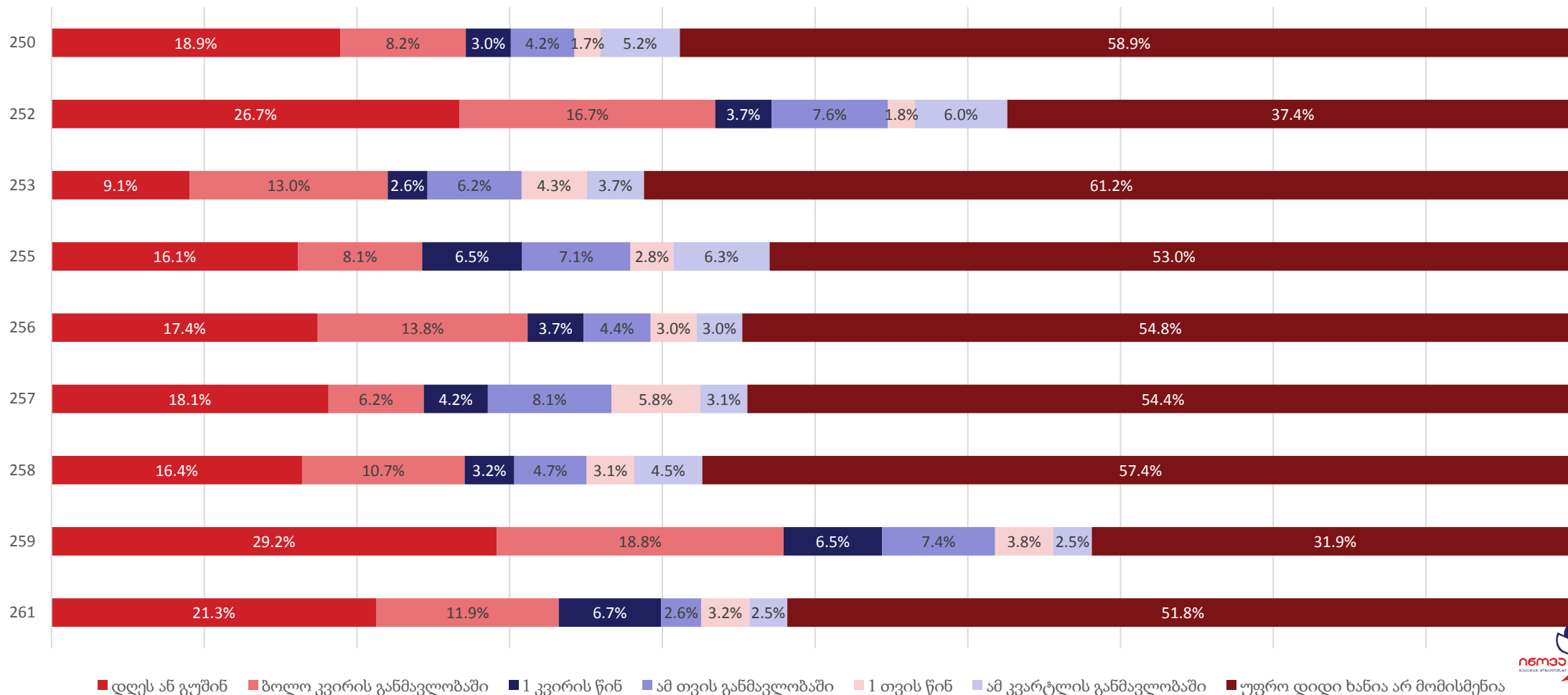
# რაოდენობრივი (ზონური)

## გადაადგილებაში დახარჯული დრო



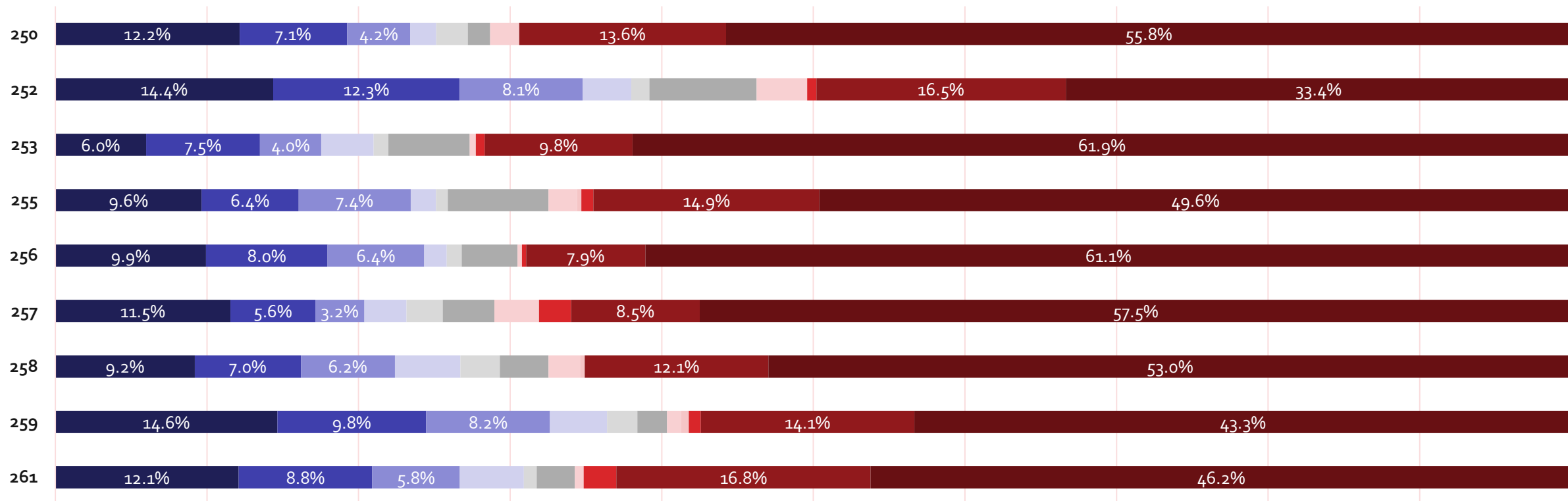
# რაოდენობრივი (ზონური)

ბოლოს როდის მოუსმინეთ რადიოს?



# რაოდენობრივი (ზონური)

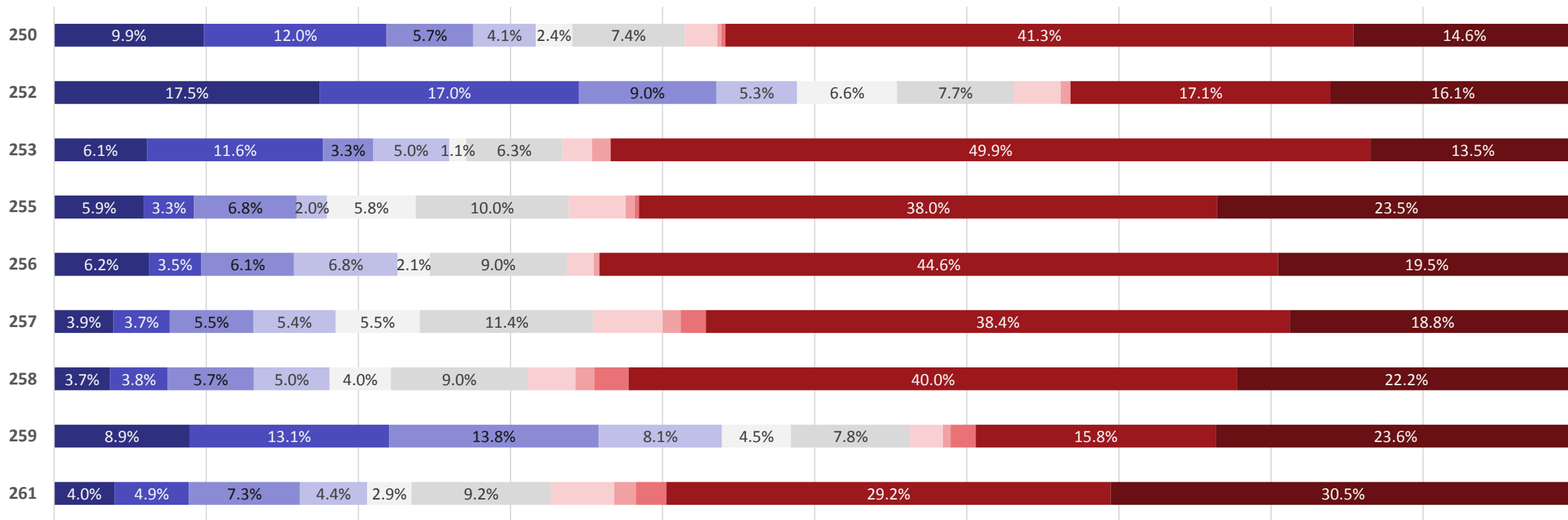
რადიოს მოსმენის სიხშირე საკუთარი ინიციატივით



- დღეში რამდენჯერმე
- დღეში ერთხელ მაინც
- კვირაში 2-3-ჯერ
- კვირაში ერთხელ მაინც
- 2 კვირაში ერთხელ მაინც
- თვეში ერთხელ მაინც
- კვარტალში ერთხელ მაინც
- წელიწადში 2-ჯერ
- წელიწადში ერთხელ
- უფრო იშვიათად
- საერთოდ არ ვუსმენ

# რაოდენობრივი (ზონური)

რადიოს მოსმენის სიხშირე საზოგადოებრივ ტრანსპორტსა და ადგილებში

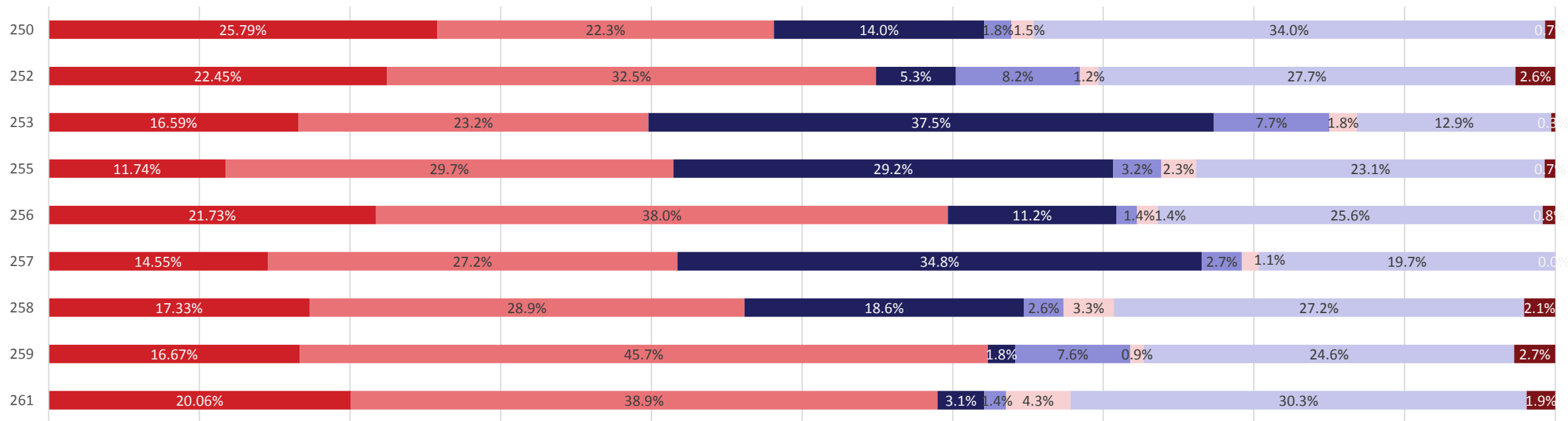


- დღეში რამდენჯერმე
- კვირაში 2-3-ჯერ
- 2 კვირაში ერთხელ მაინც
- კვარტალში ერთხელ მაინც
- წელიწადში ერთხელ

- დღეში ერთხელ მაინც
- კვირაში ერთხელ მაინც
- თვეში ერთხელ მაინც
- წელიწადში 2-ჯერ
- საერთოდ არ ვუსმენ რადიოს არც ჩემი ინიციატივით და არც სხვა ვითარებაში

# რადიენტობრივი (ზონური)

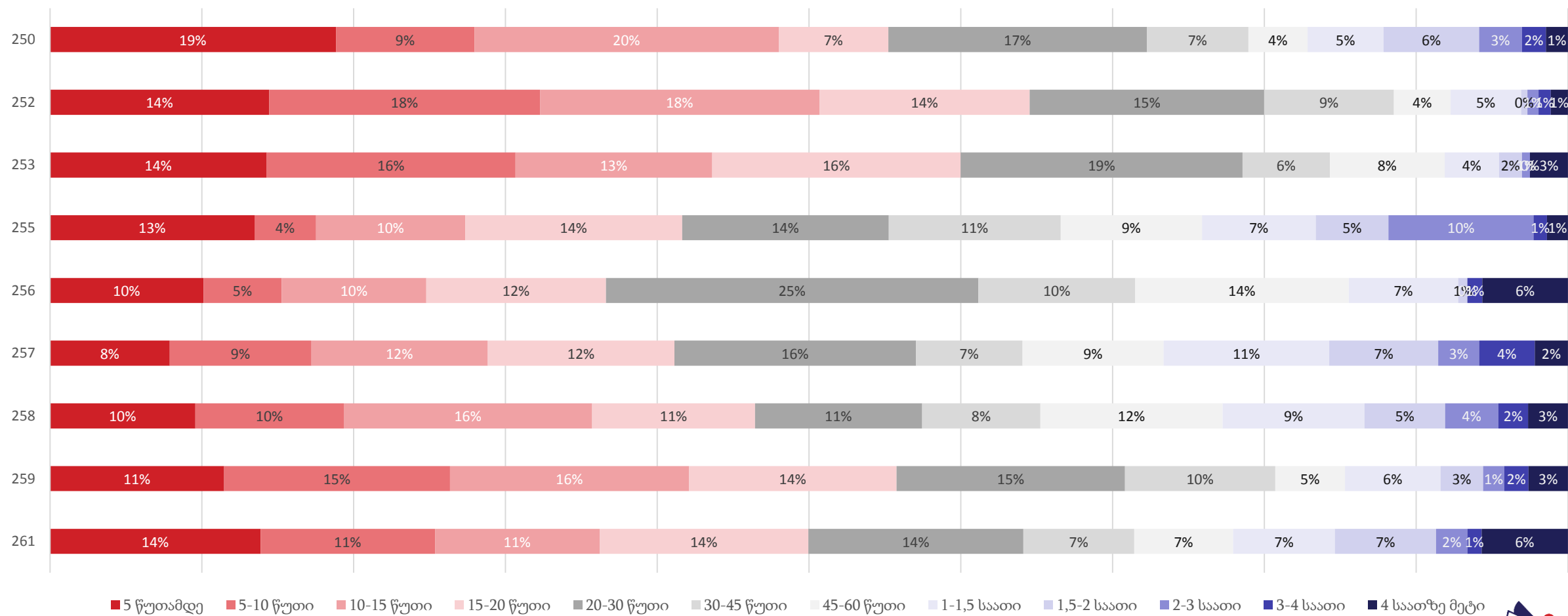
## რადიოს იშვიათად მოსმენის/არ მოსმენის მიზეზები



- არ მაქვს დრო
- ვერ ვხედავ რადიოს მოსმენის საჭიროებას დღევანდელ დღეს (სხვა მედიებით მირჩევნია ინფორმაციის მიღება)
- იქ სადაც ვცხოვრობ ვერ ვიღებ რადიო არხებს
- რადიო არხებით ვერ ვიღებ ჩემთვის საინტერესო ინფორმაციას
- რადიო არხების მწირი არჩევანი გვაქვს
- რადიომიმღობის უქონლობის გამო
- სხვა

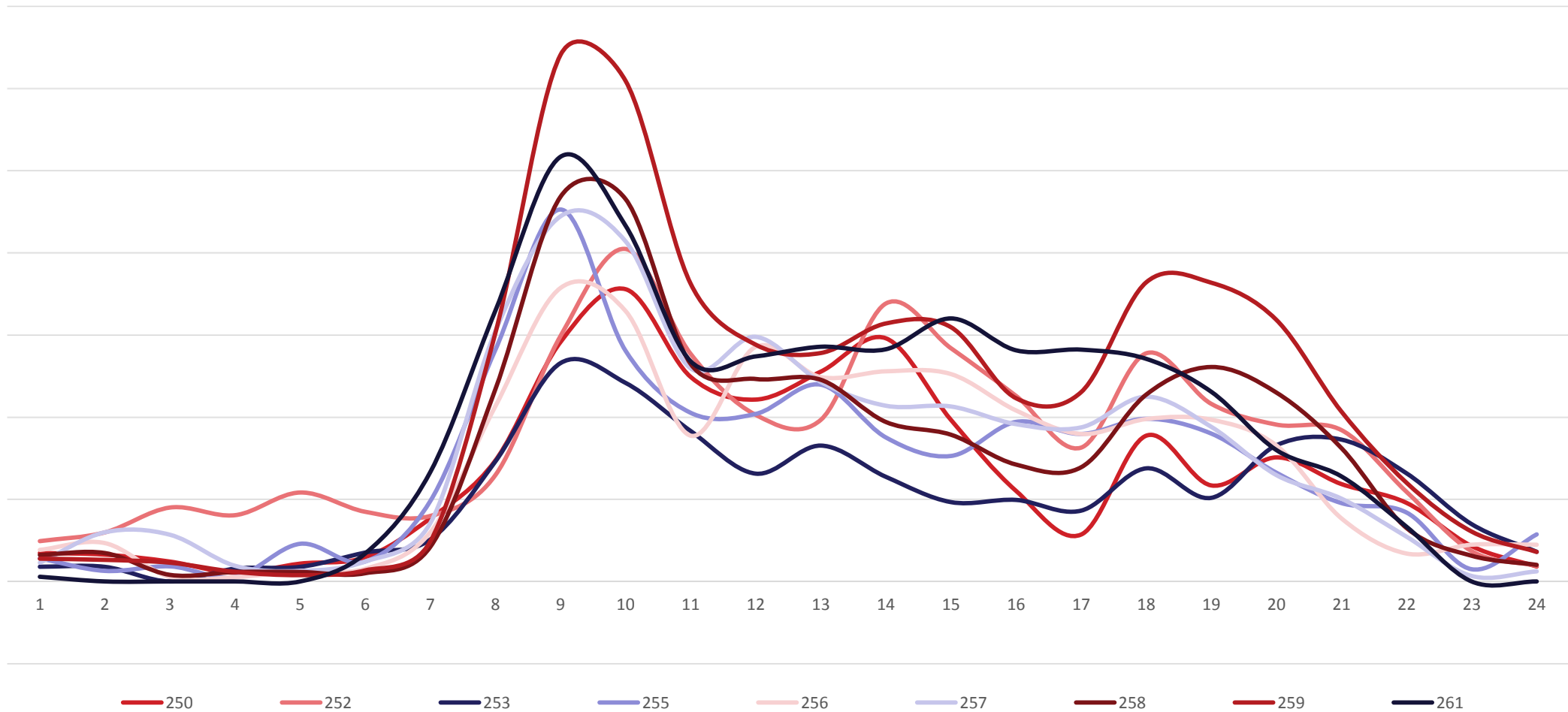
# რაოდენობრივი (ზონური)

## რაიოს მოსმენის საშუალო ხანგრძლივობა



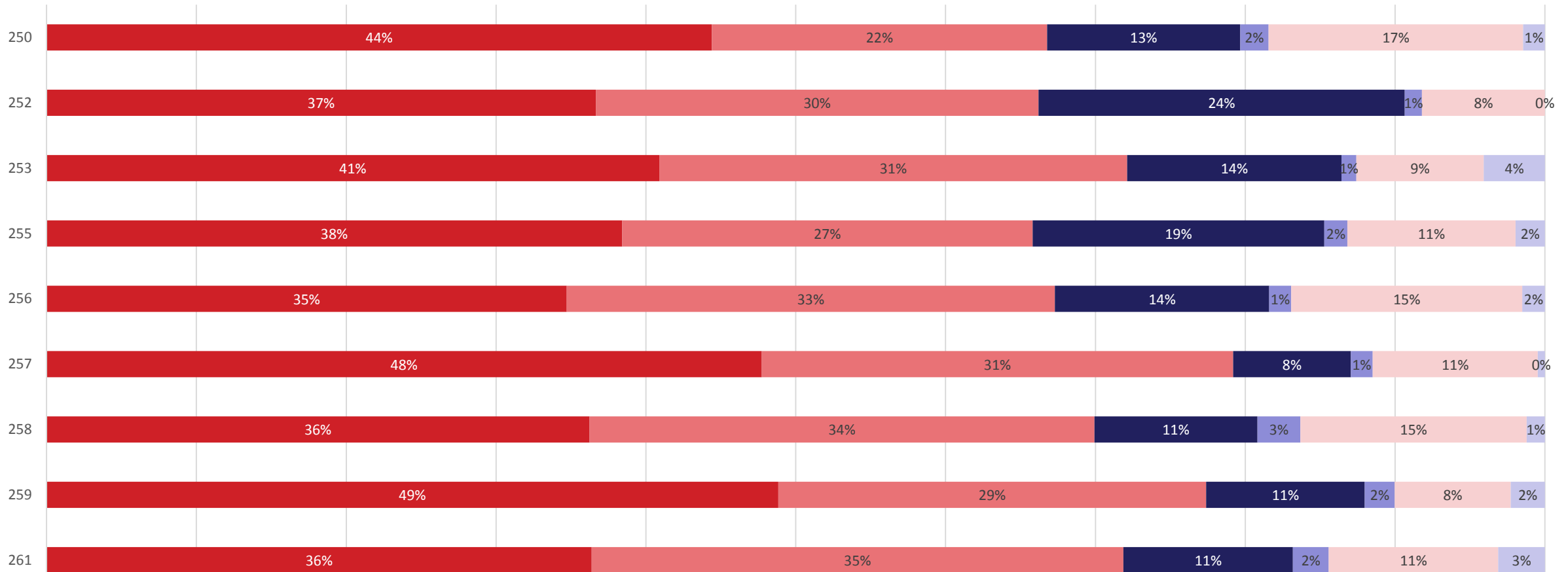
# რაოდენობრივი (ზონური)

რომელ საათებში უსმენთ რადიოს



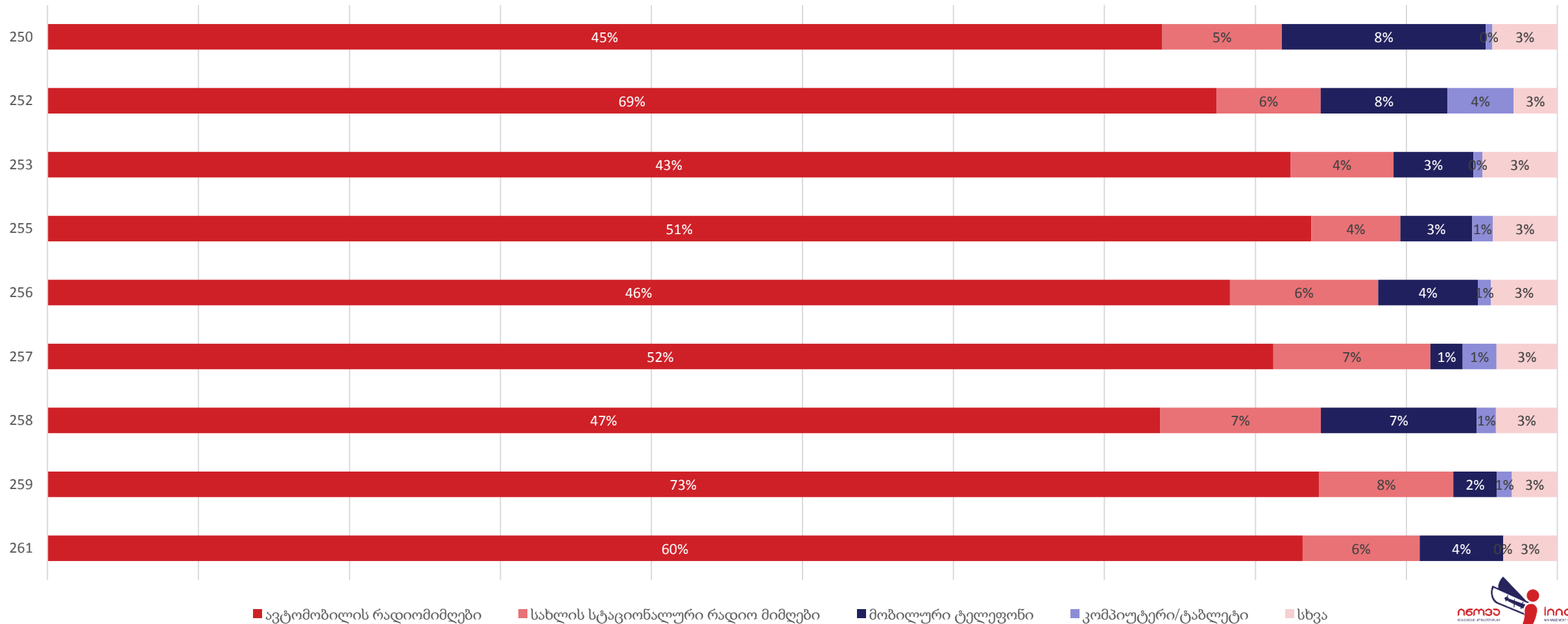
# რაოდენობრივი (ზონური)

## მოსმენის ვითარება



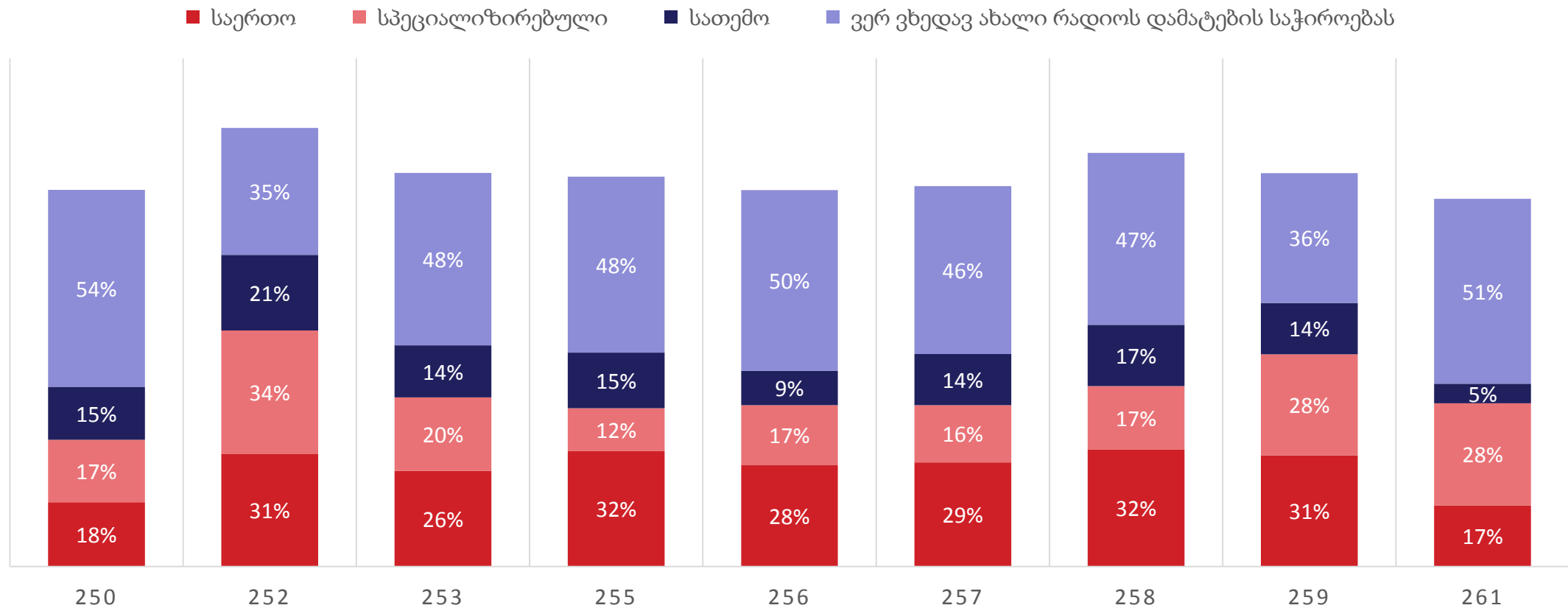
# რაოდენობრივი (ზონური)

რა მოწყობილობით უსმენთ რადიოს?



# რაოდენობრივი (ზონური)

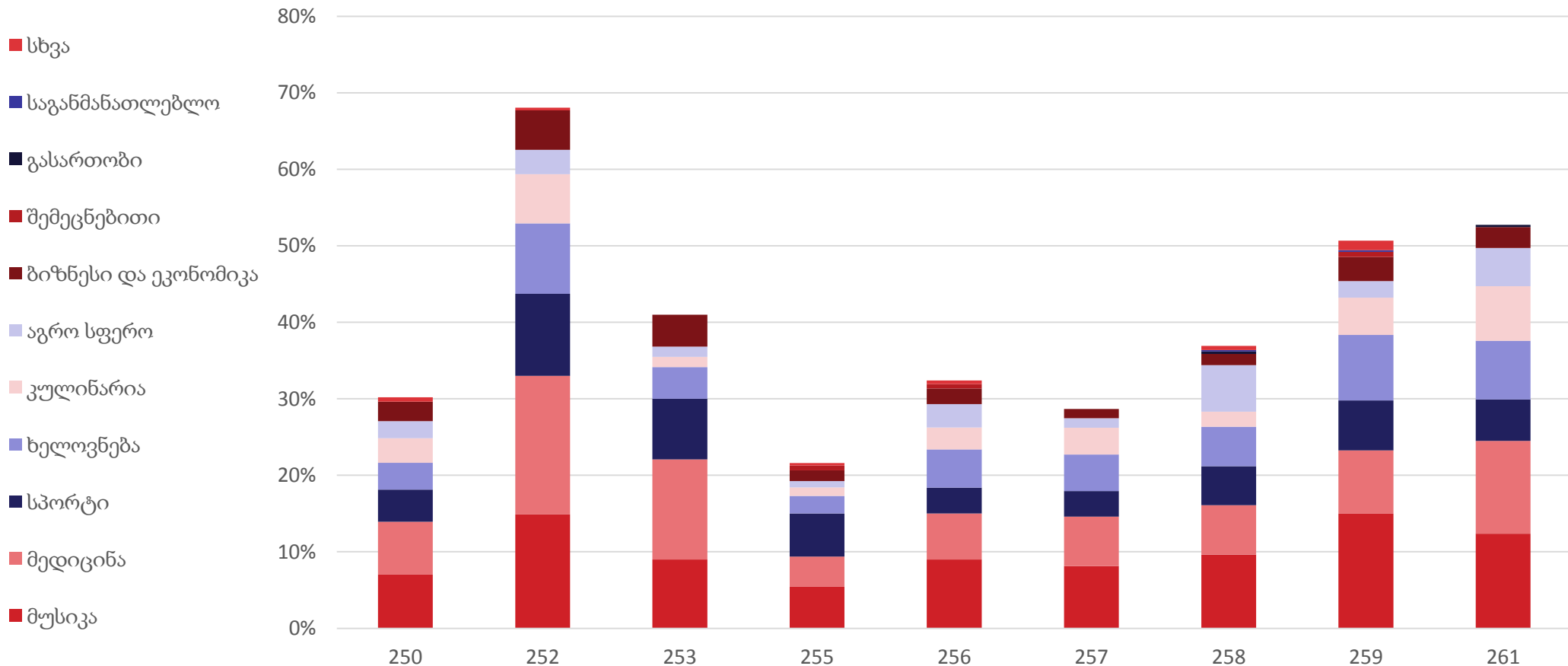
რა ტიპის რადიო არხის დამატების საჭიროებას დგას



\*შესაძლებელი იყო რამდენიმე პასუხის მონიშვნა

# რაოდენობრივი (ზონური)

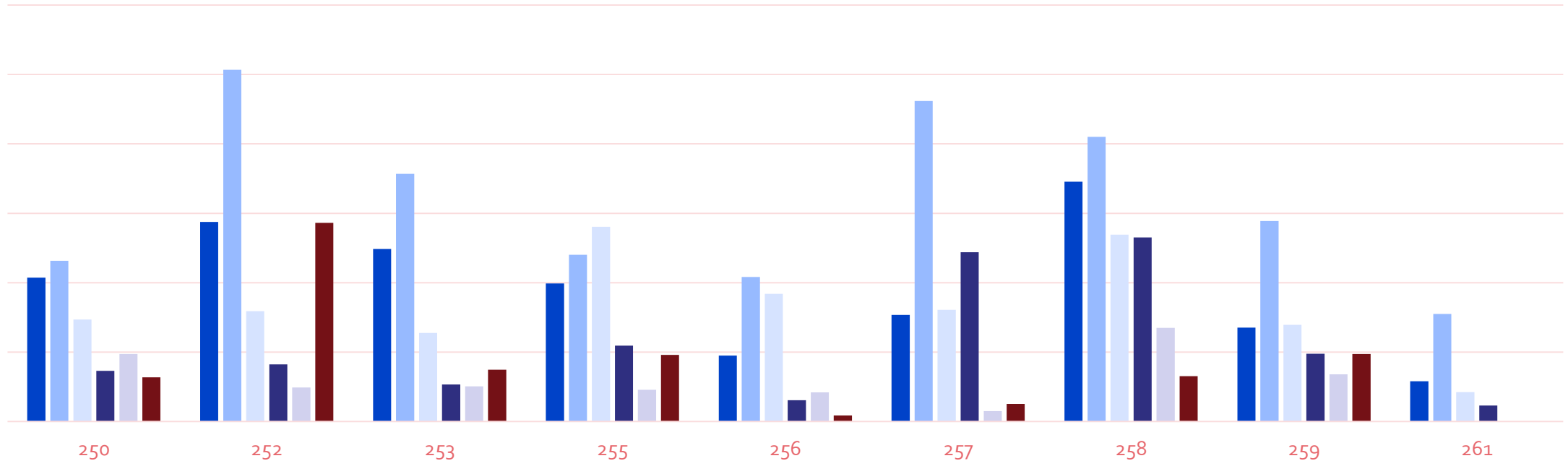
თემატიკა სპეციალიზირებული რადიოსთვის



\*შესაძლებელი იყო რამდენიმე პასუხის მონიშვნა

# რაოდენობრივი (ზონური)

## სათემო რადიოში ჩართულობის მზაობა



- ასეთი რადიოს არსებობას მხარს დავუჭერ იმ შემთხვევაში თუ დაფინანსდება უცხოურიადგილობრივი ფონდების მიერ
- ასეთი რადიოს არსებობას მხარს დავუჭერ იმ შემთხვევაში, თუ დაფინანსდება ცენტრალური სახელმწიფო ბიუჯეტიდან
- ასეთ რადიოს არსებობას მხარს დავუჭერ იმ შემთხვევაში, თუ დაფინანსდება ადგილობრივი/მუნიციპალური ბიუჯეტიდან
- მზად ვარ პირადად ჩავერთო ასეთი რადიოს საქმიანობაში და შევიტანო ჩემი წვლილი პირადი შრომით ან მატერიალურად
- არ ჩავერთვები პირადად რადიოს ფუნქციონირებაში, თუმცა ჩემს ირგვლივ არიან ადამიანები, რომლებიც დაინტერესდებიან
- ვერ ვხედე რადიოს ფუნქციონირებაში ჩვენი ჩართულობის საჭიროებას

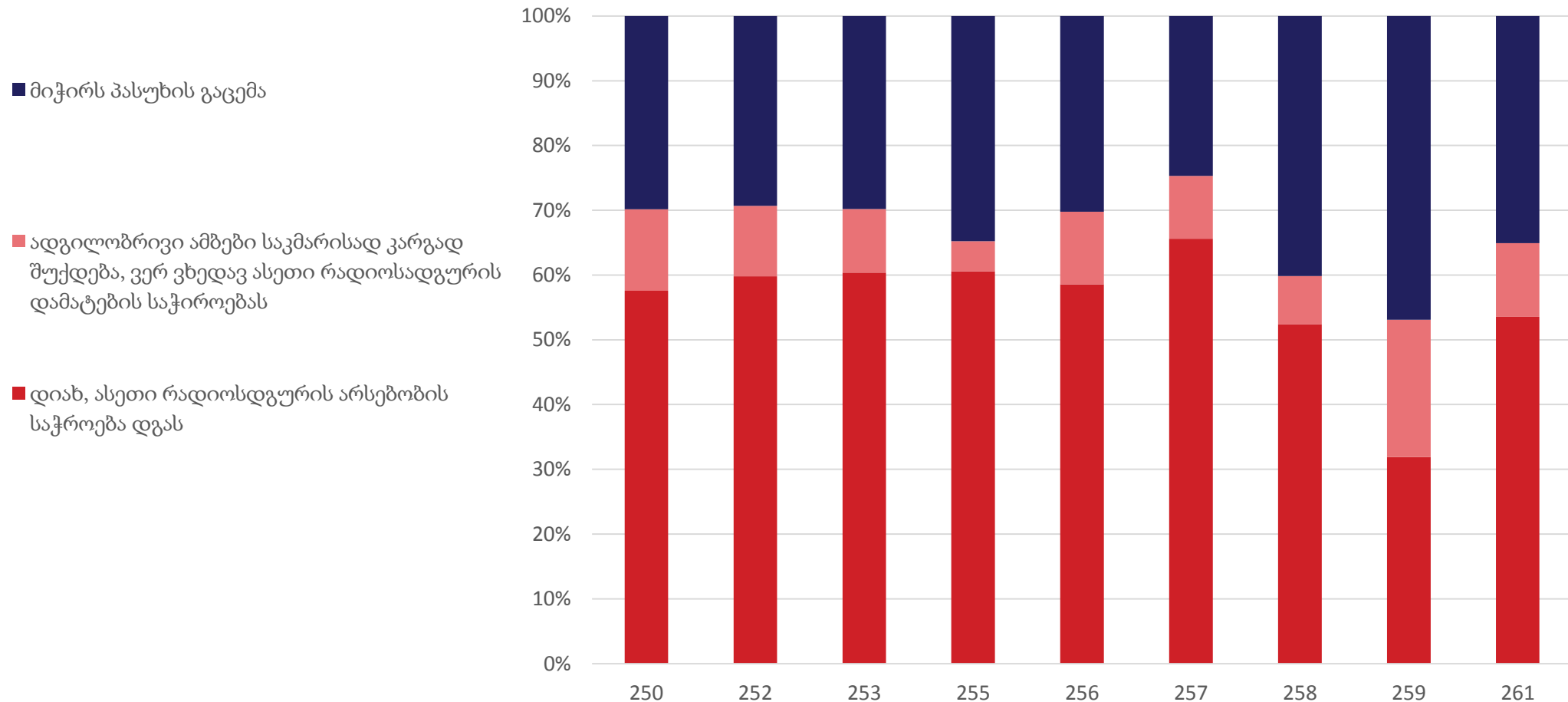
# რაოდენობრივი (ზონური)

რა ტიპის რადიო გადაცემების ნაკლებობას გრძნობთ?

გადაცემის თემატიკა	250	252	253	255	256	257	258	259	261
არ დგას ასეთი საჭიროება	35%	17%	35%	33%	39%	31%	38%	19%	24%
მუსიკალური	25%	25%	21%	22%	19%	22%	27%	23%	25%
მედიცინის შესახებ	22%	36%	24%	19%	21%	16%	20%	25%	24%
საინფორმაციო/ახალი ამბები	18%	21%	23%	29%	13%	15%	21%	7%	11%
სპორტული	16%	17%	16%	14%	16%	18%	11%	15%	12%
აგრო სფეროს შესახებ	10%	10%	8%	8%	16%	11%	16%	9%	18%
ხელოვნების შესახებ	8%	12%	5%	13%	10%	13%	7%	17%	14%
სოციალური თემატიკის გადაცემა	8%	11%	11%	14%	4%	8%	12%	14%	11%
პოლიტიკური თოქ შოუ	7%	10%	9%	18%	9%	10%	8%	5%	6%
შემეცნებითი	8%	11%	10%	7%	8%	10%	6%	9%	11%
გასართობი	9%	11%	5%	5%	7%	8%	6%	7%	8%
საბავშვო	8%	2%	2%	2%	4%	5%	7%	14%	6%
ბიზნესისა და ეკონომიკის შესახებ	5%	6%	3%	4%	5%	4%	4%	5%	6%
ჟურნალისტური გამოძიება	3%	7%	3%	1%	4%	1%	2%	5%	4%
ანალიტიკური	2%	4%	1%	3%	3%	2%	1%	4%	3%
სხვა	2%	0%	0%	0%	0%	4%	1%	3%	2%

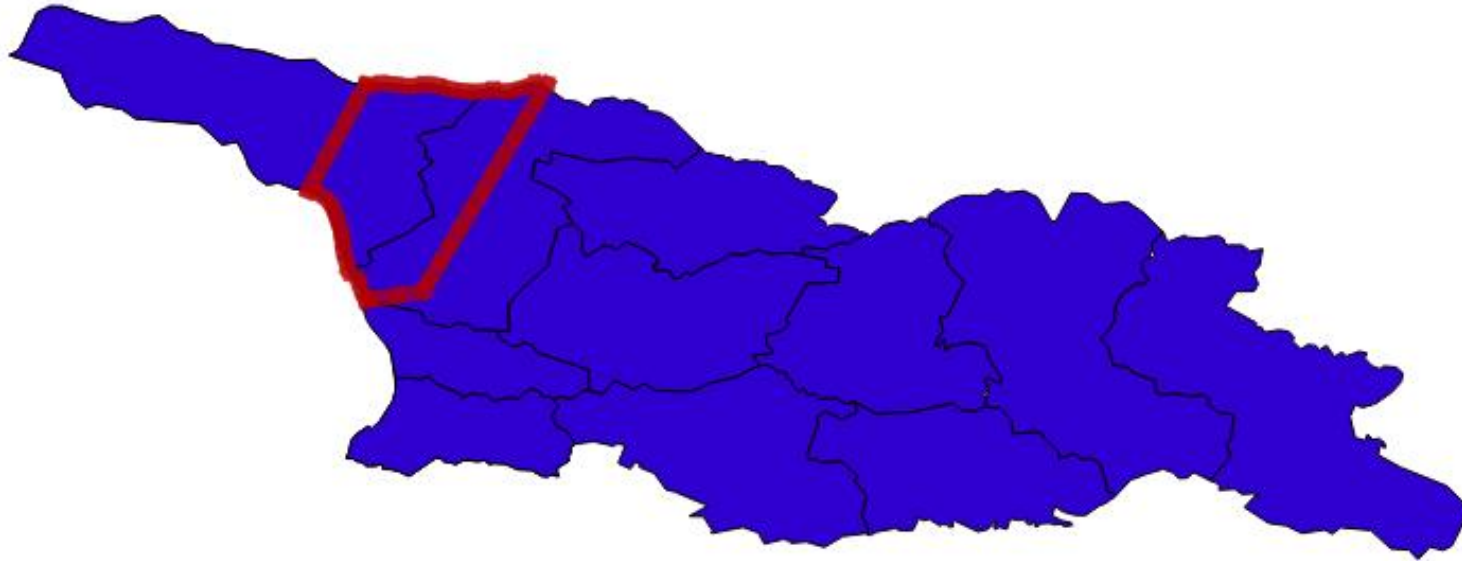
# რაოდენობრივი (ზონური)

## მოთხოვნა რეგიონულ რადიო სადგურზე



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

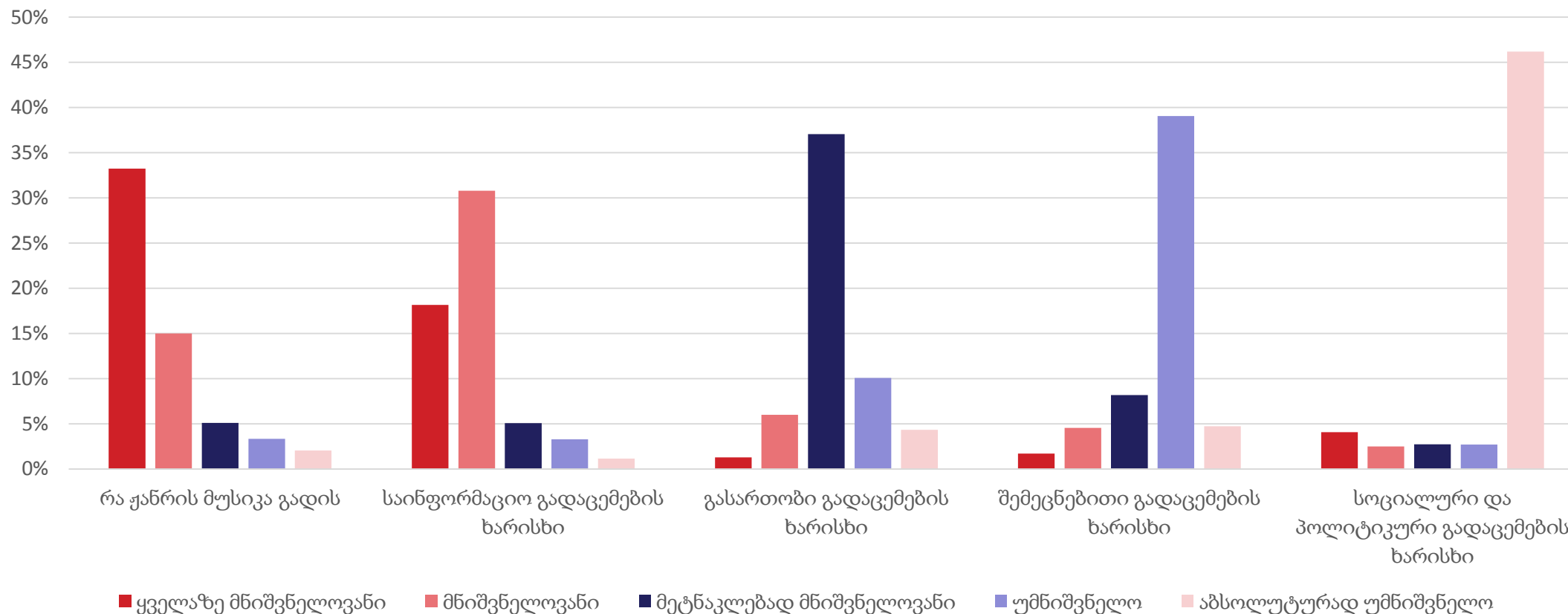
ზონა 250



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შეტყევის კრიტერიუმები

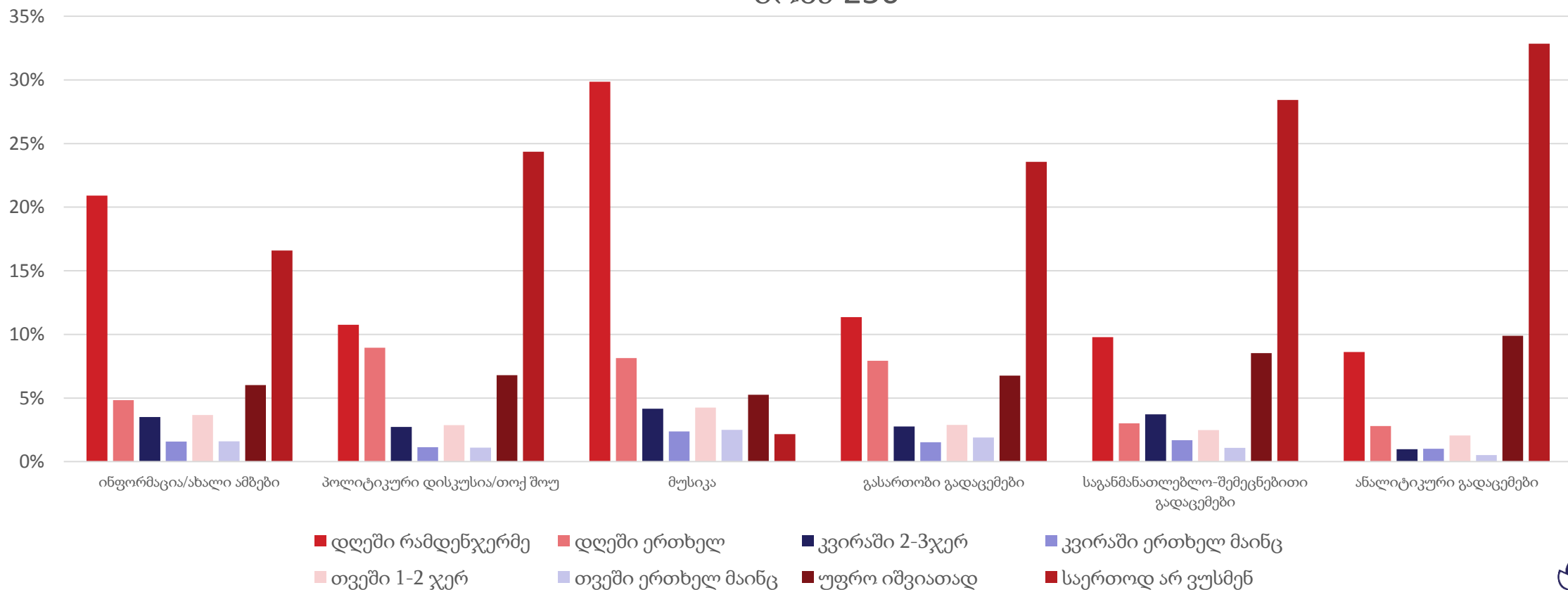
ზონა 250



# რადიოენობრივი (ზონური)

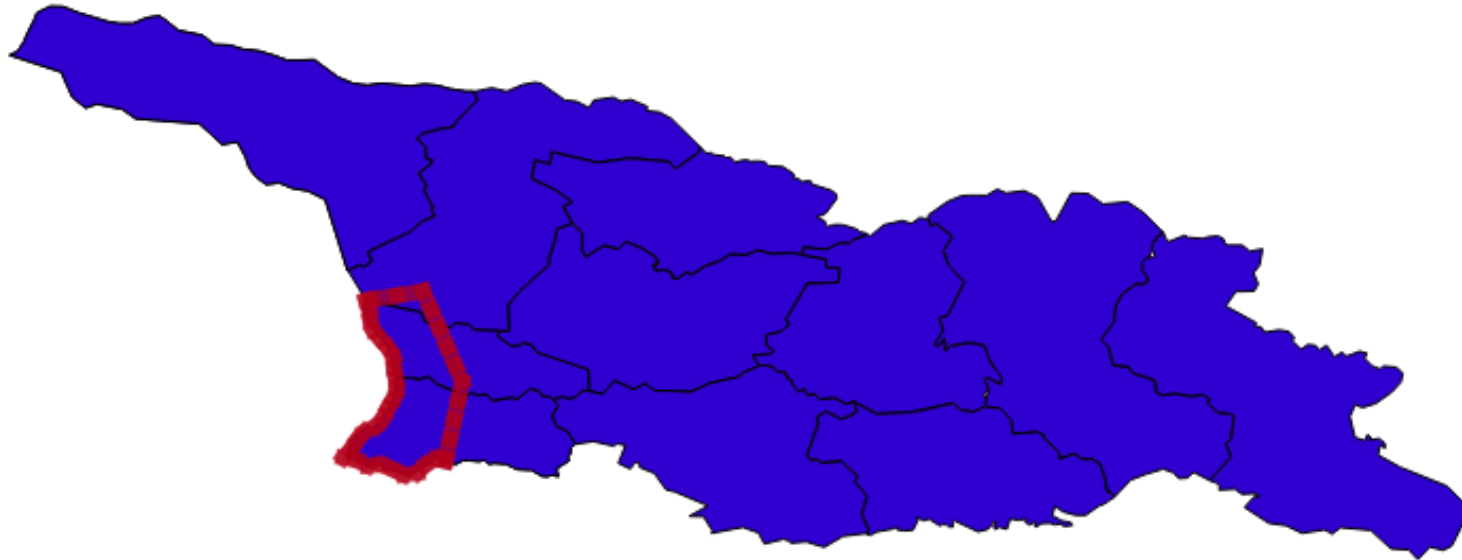
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 250



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

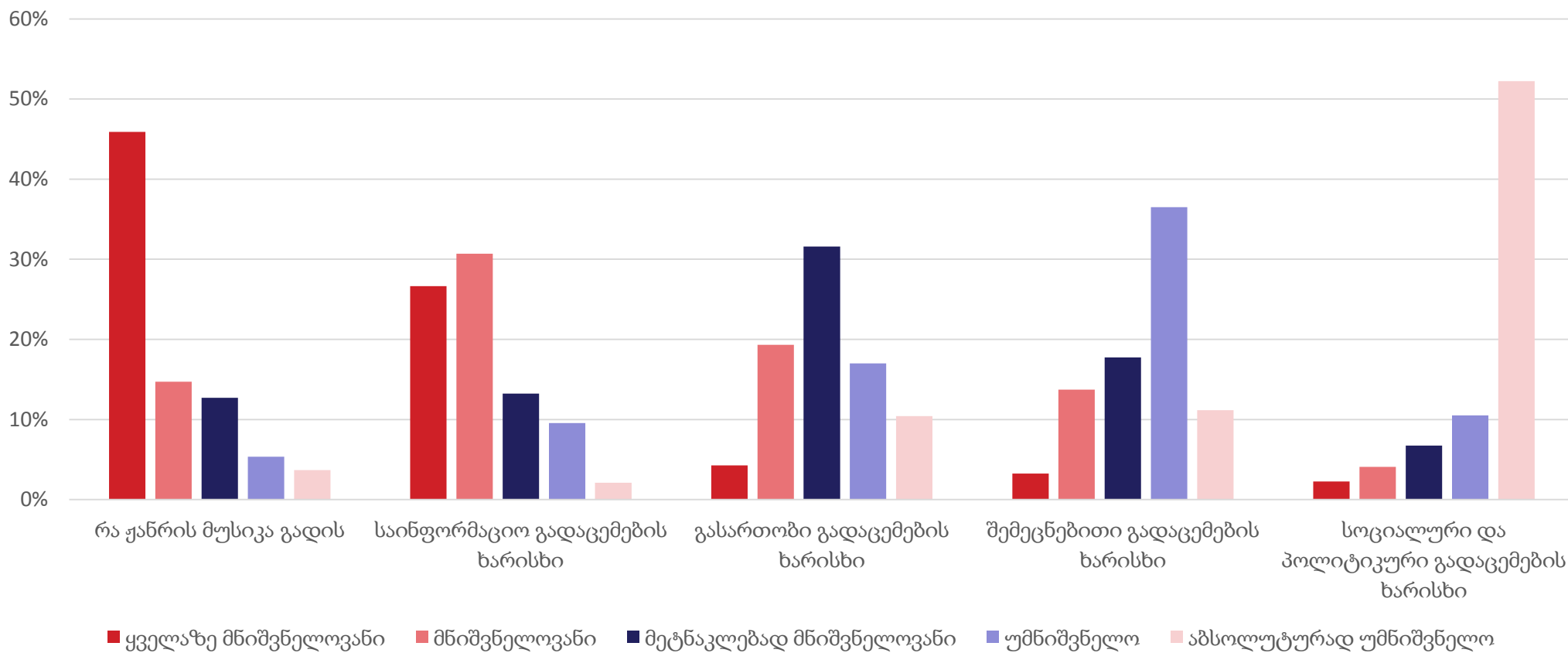
ზონა 252



# რადიენობრივი (ზონური)

## რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები

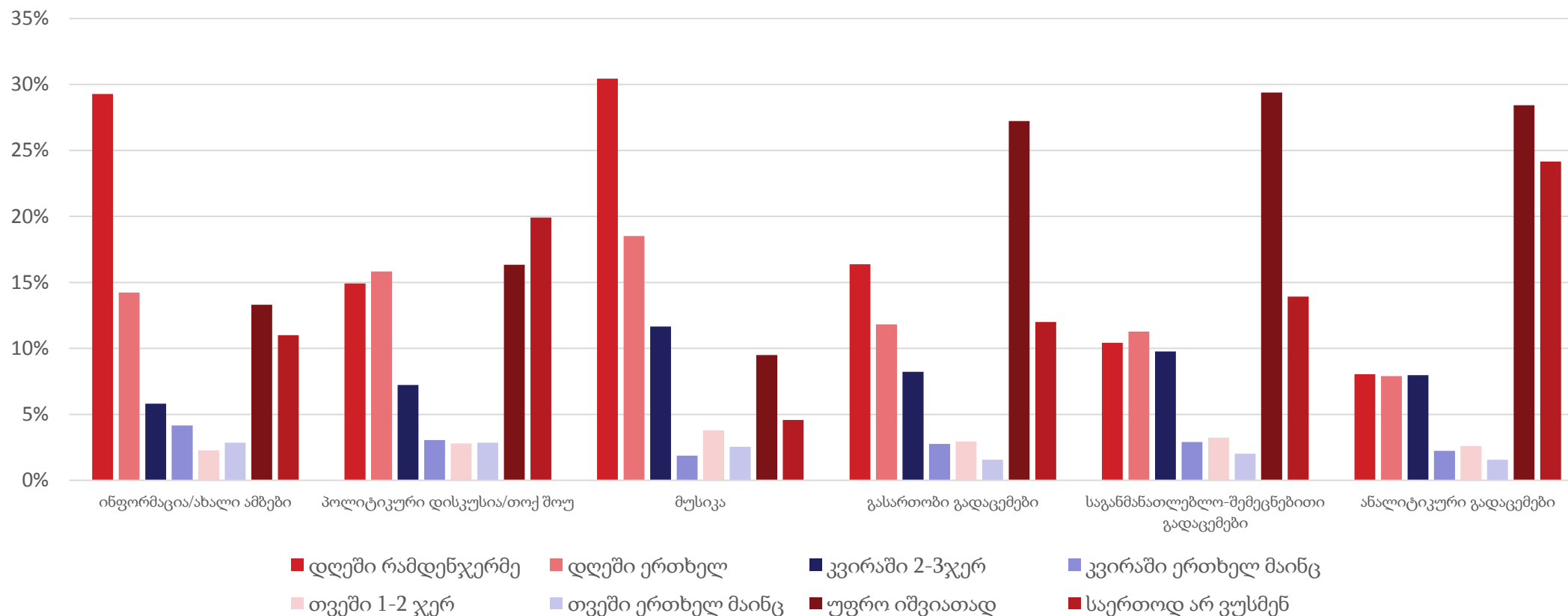
ზონა 252



# რადიენობრივი (ზონური)

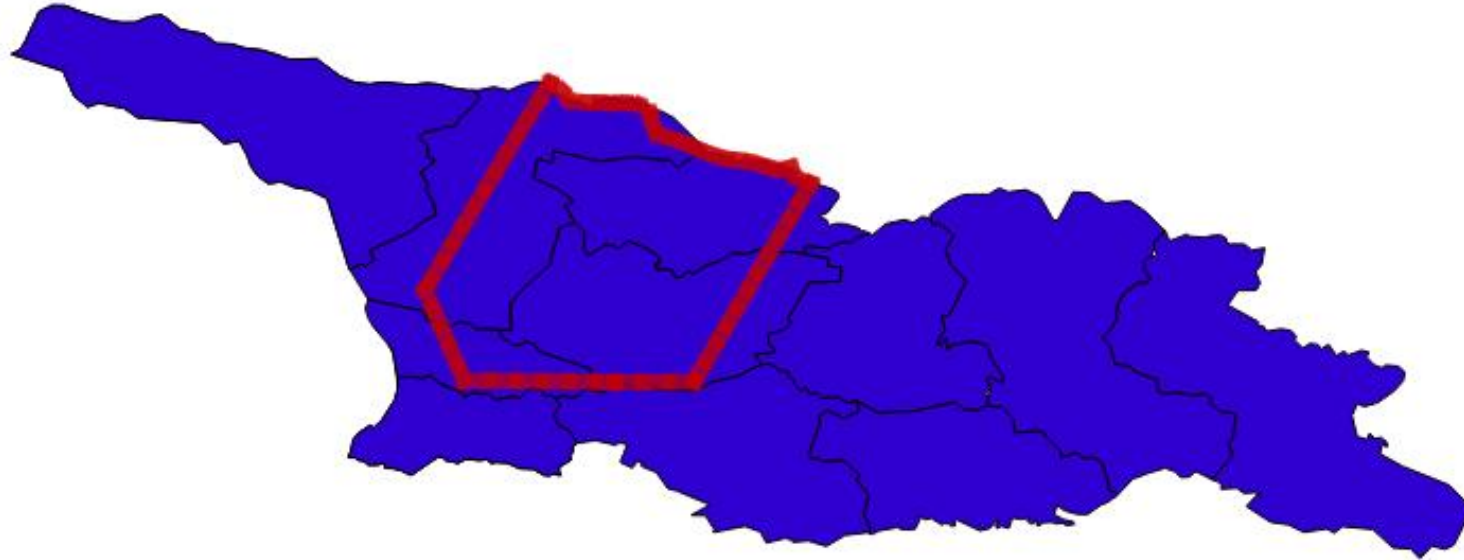
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 252



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

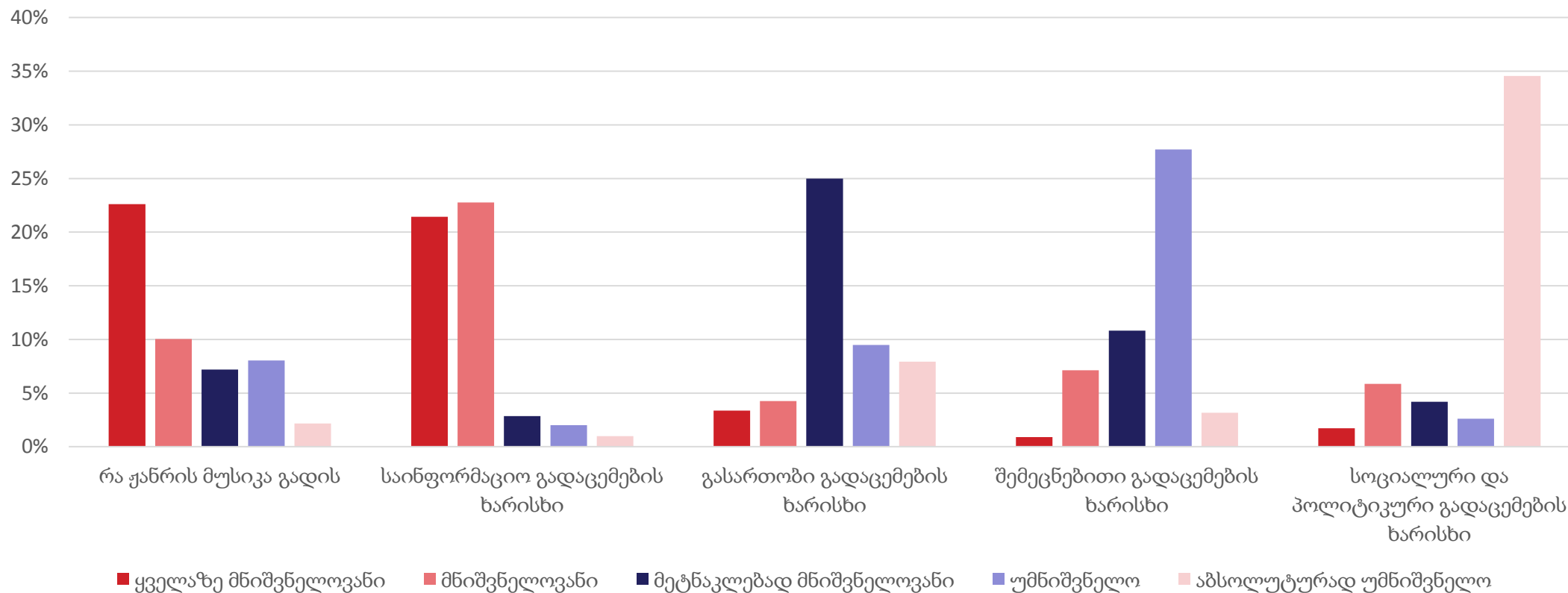
ზონა 253



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შეტყევის კრიტერიუმები

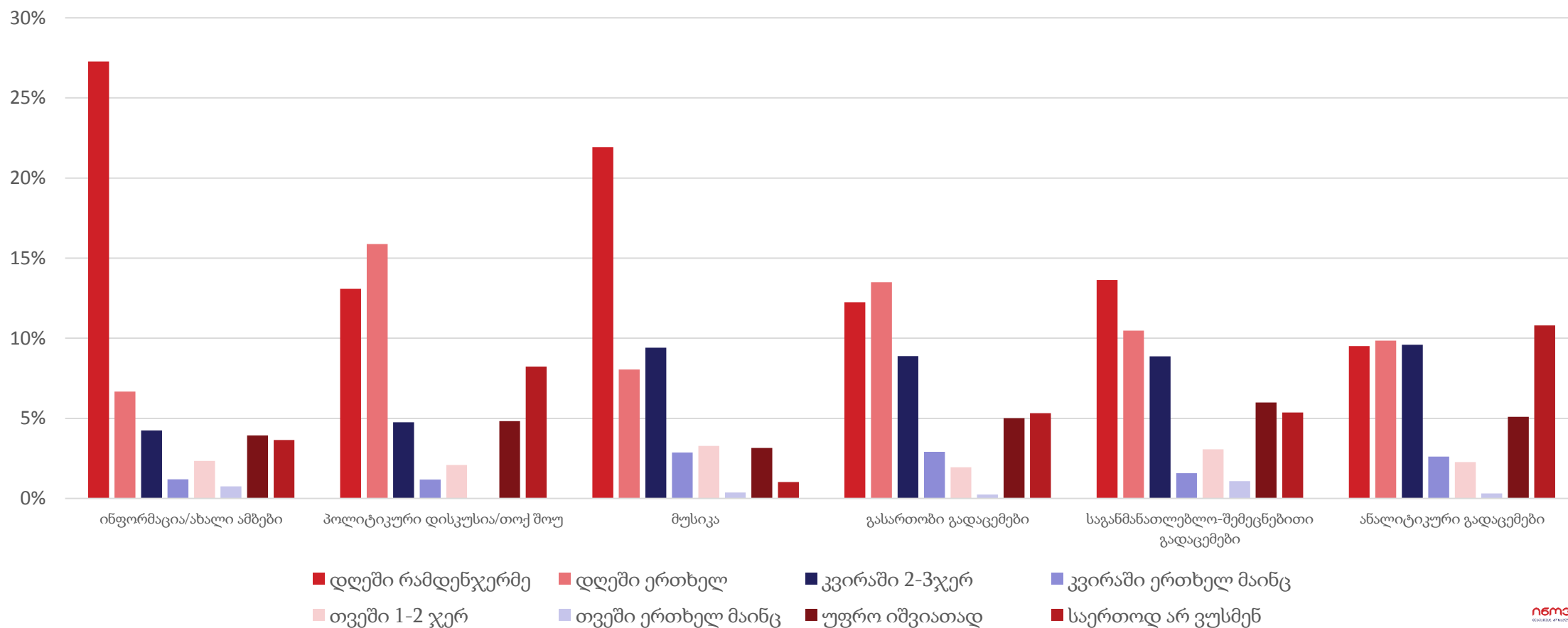
ზონა 253



# რადიოენობრივი (ზონური)

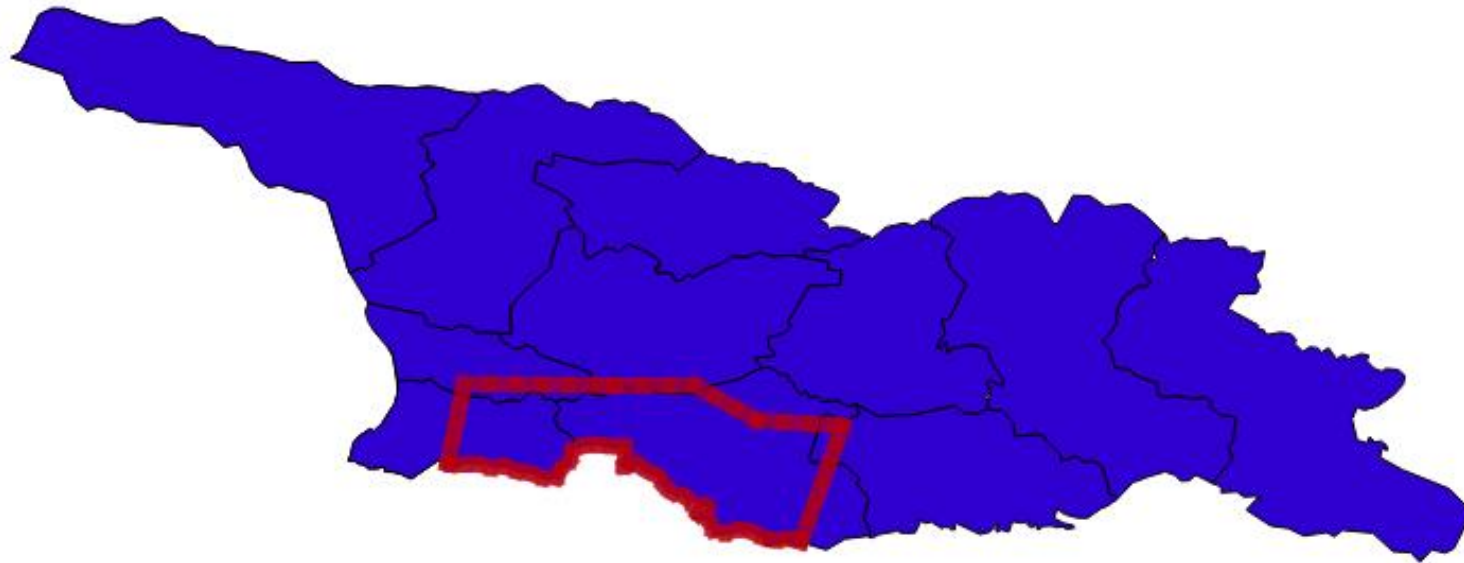
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 253



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

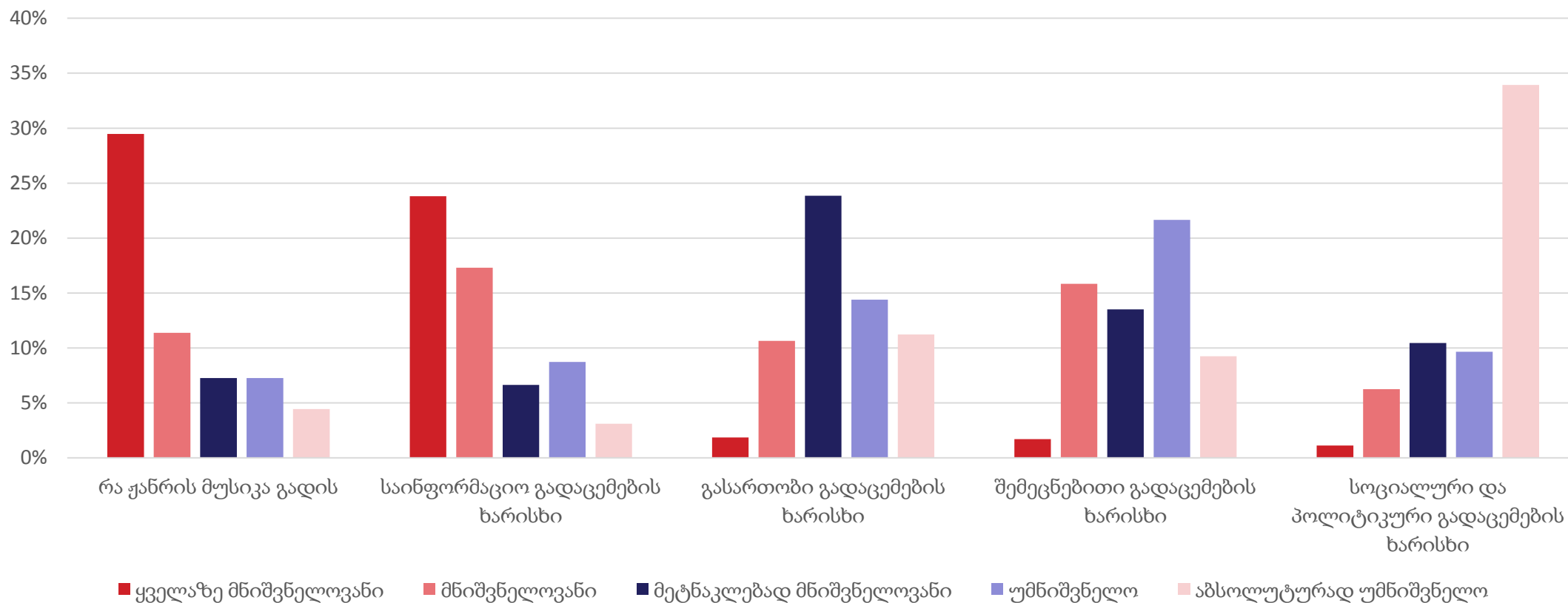
ზონა 255



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შეტყევის კრიტერიუმები

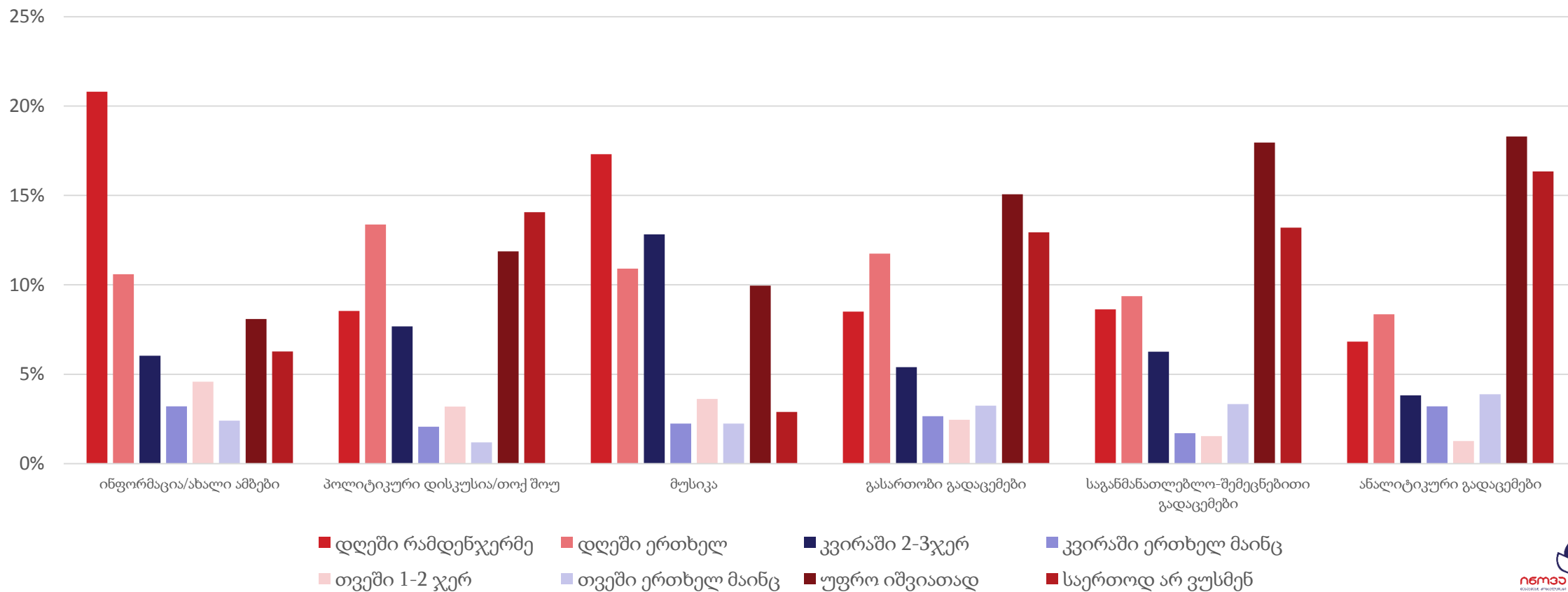
ზონა 255



# რადიენობრივი (ზონური)

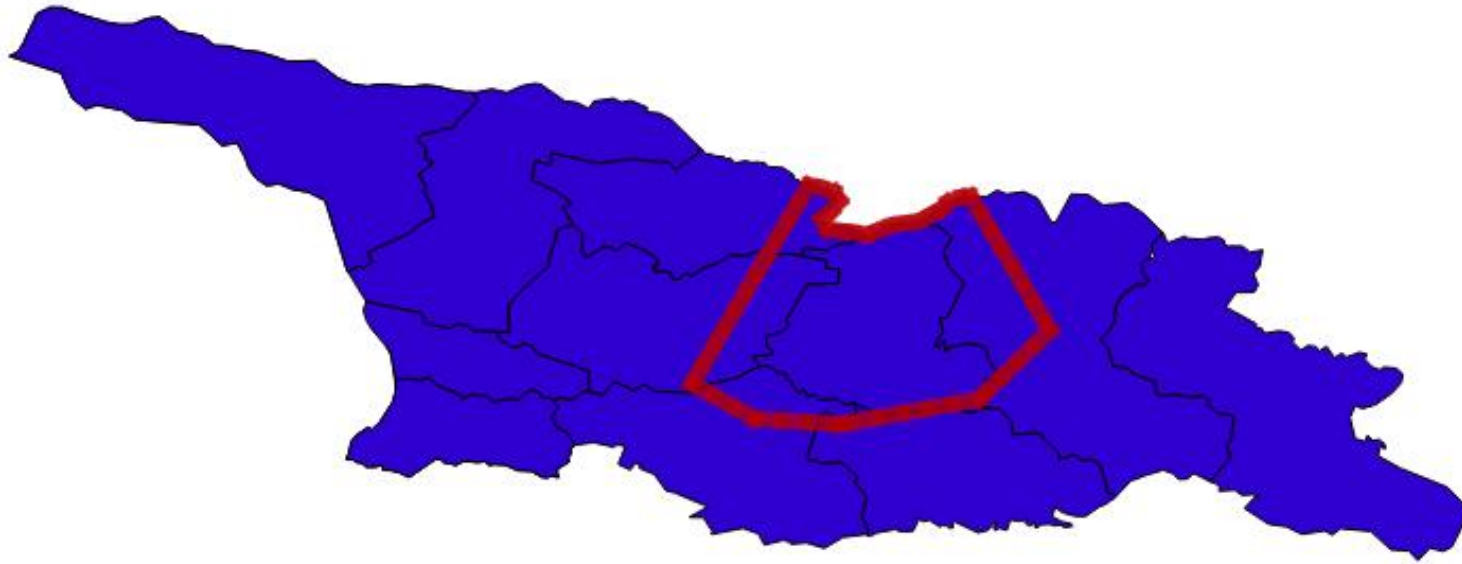
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 255



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

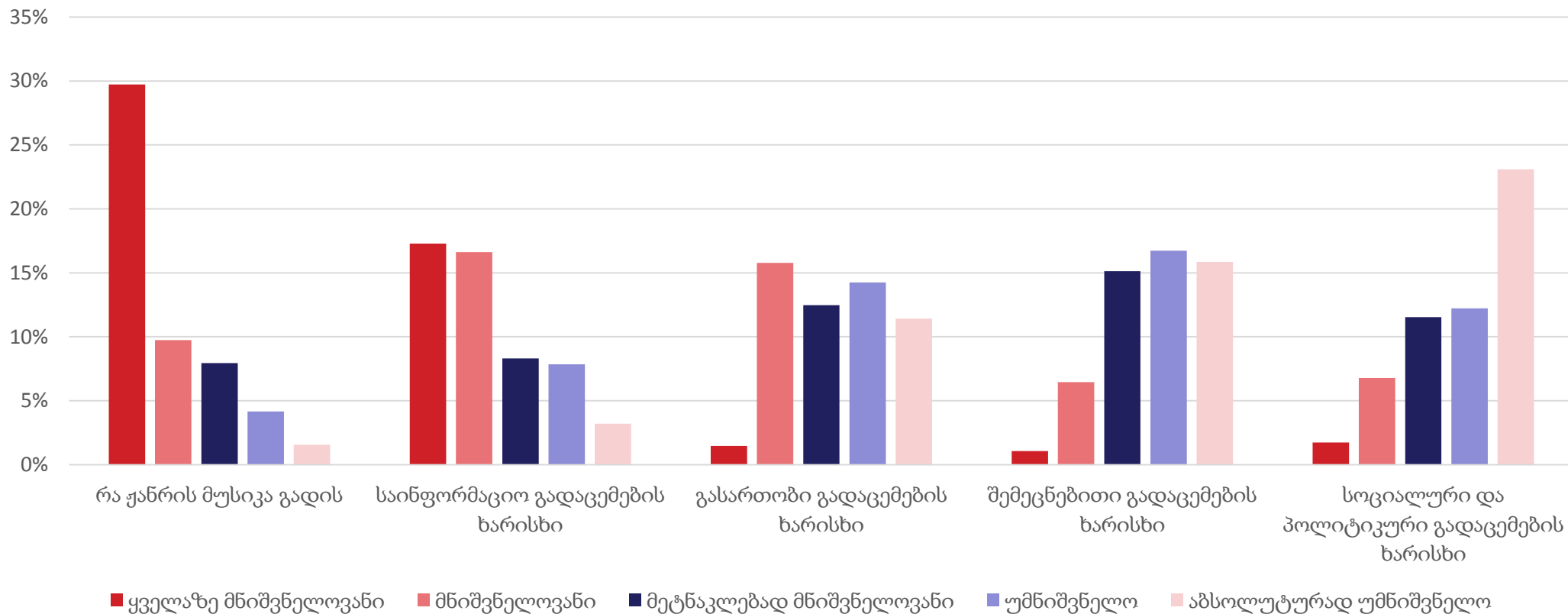
ზონა 256



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები

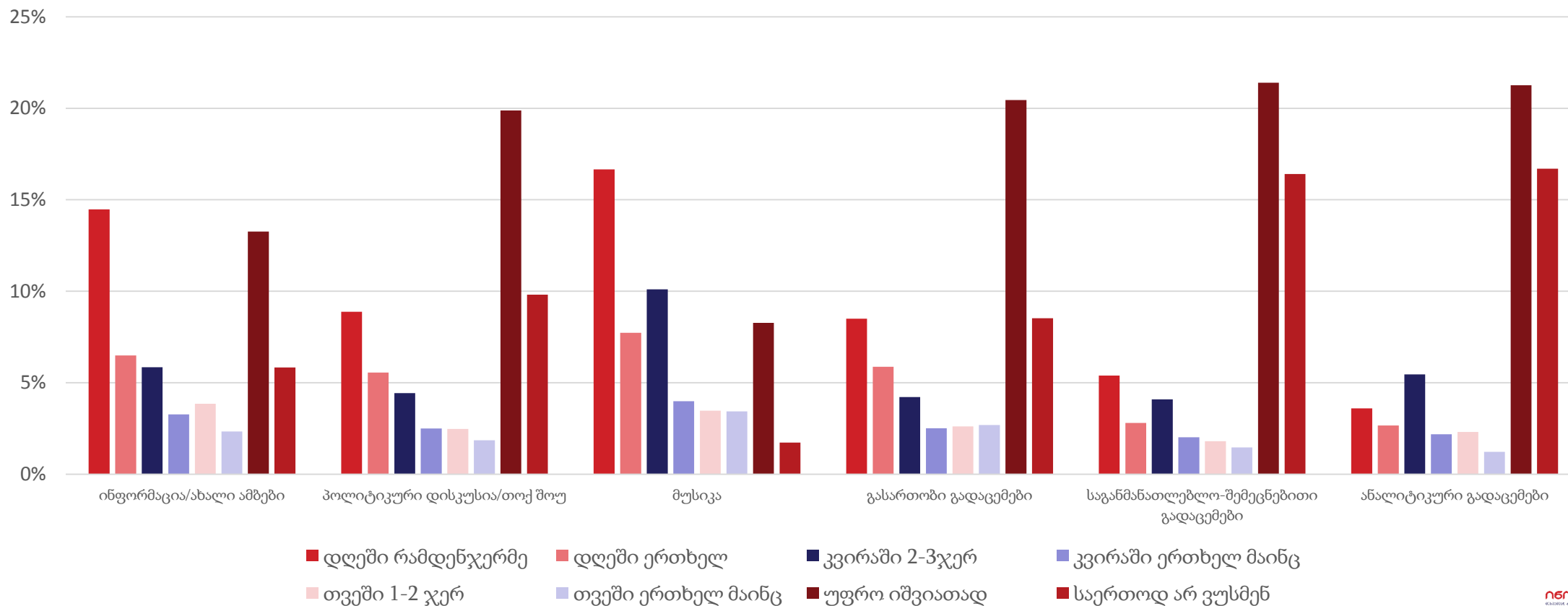
ზონა 256



# რადიენობრივი (ზონური)

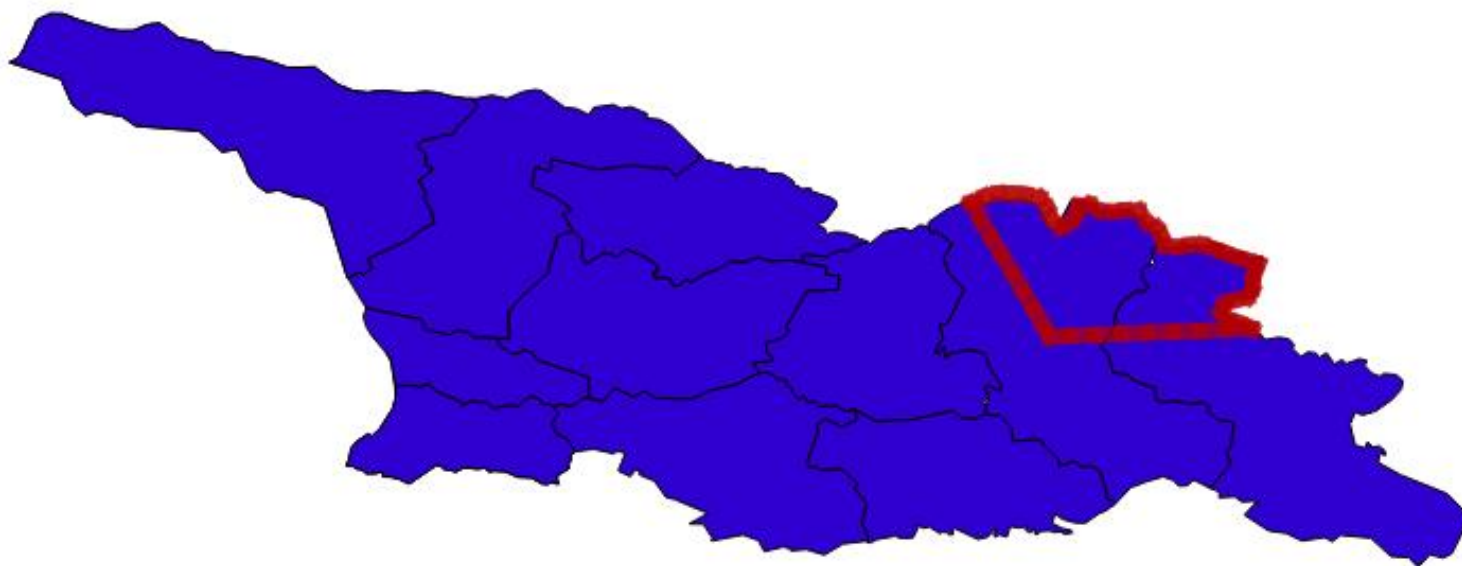
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 256



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

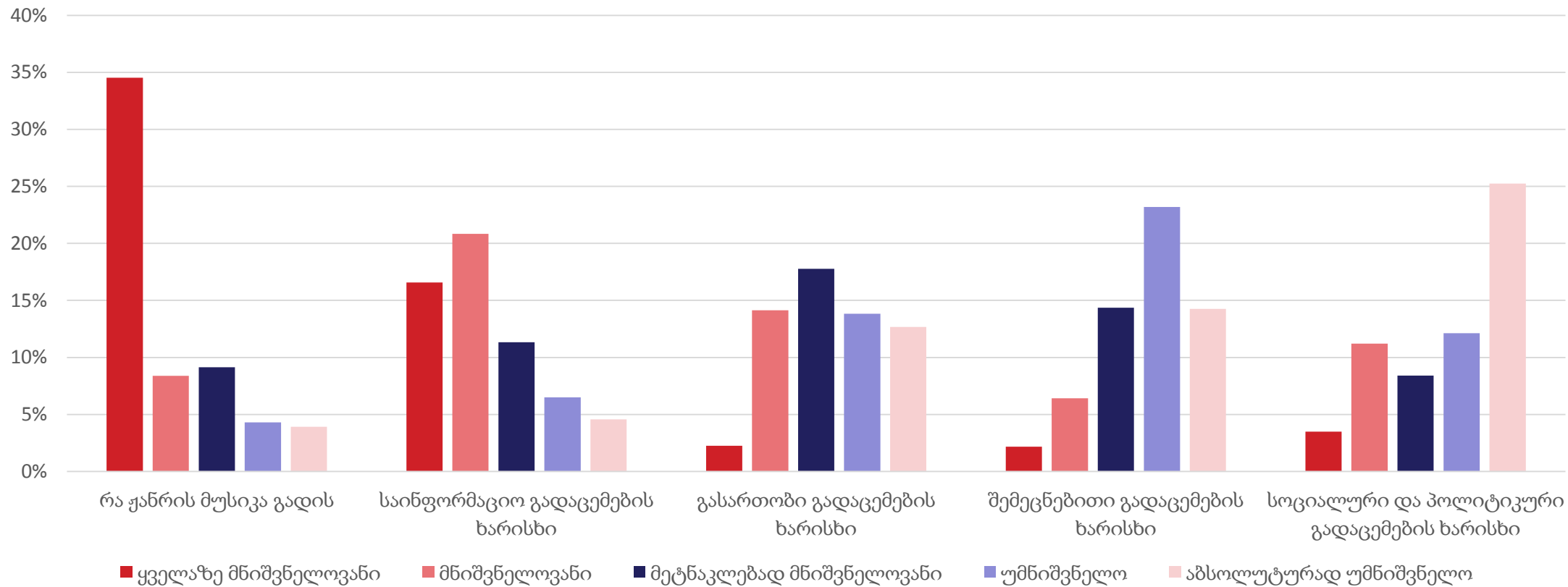
ზონა 257



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები

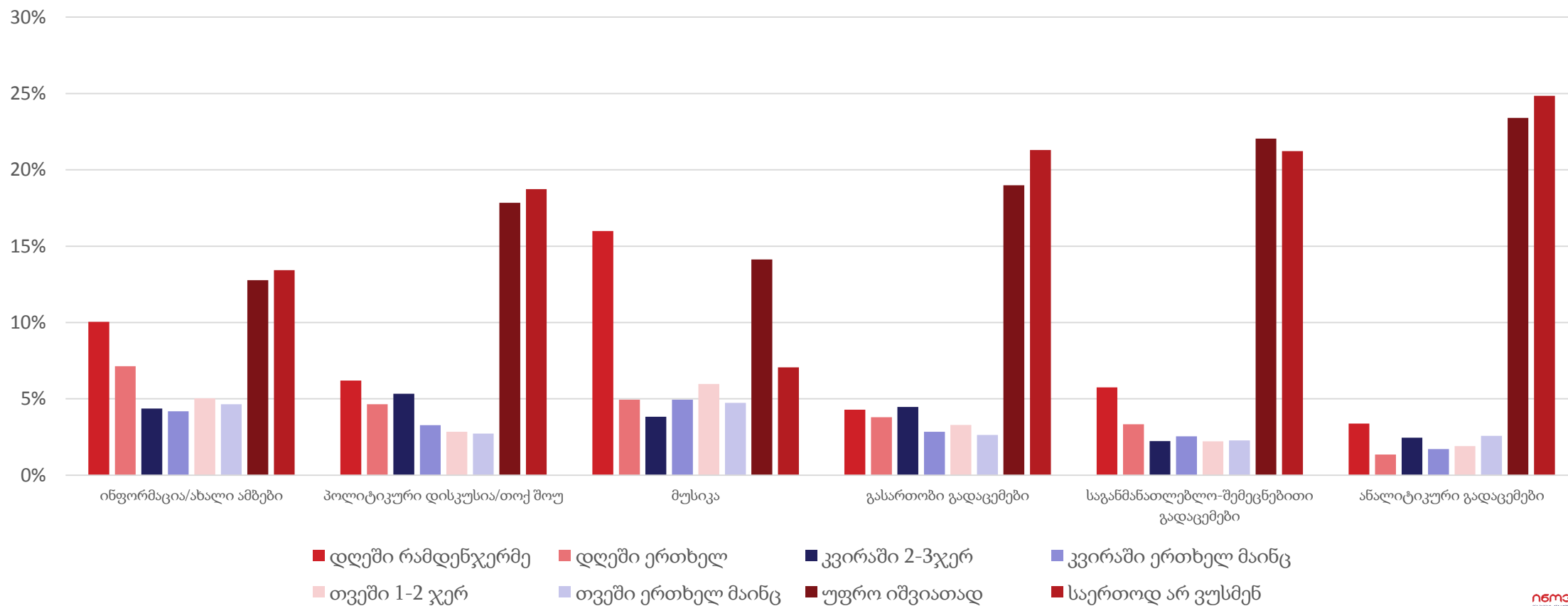
ზონა 257



# რადიენობრივი (ზონური)

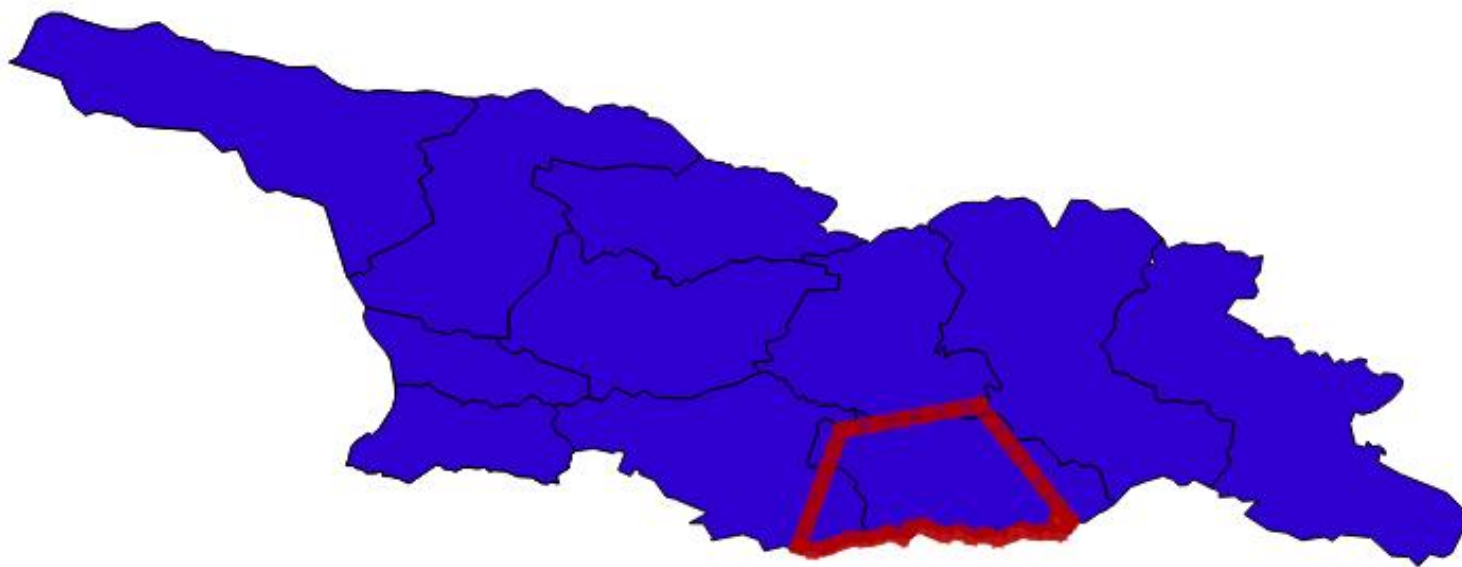
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 257



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

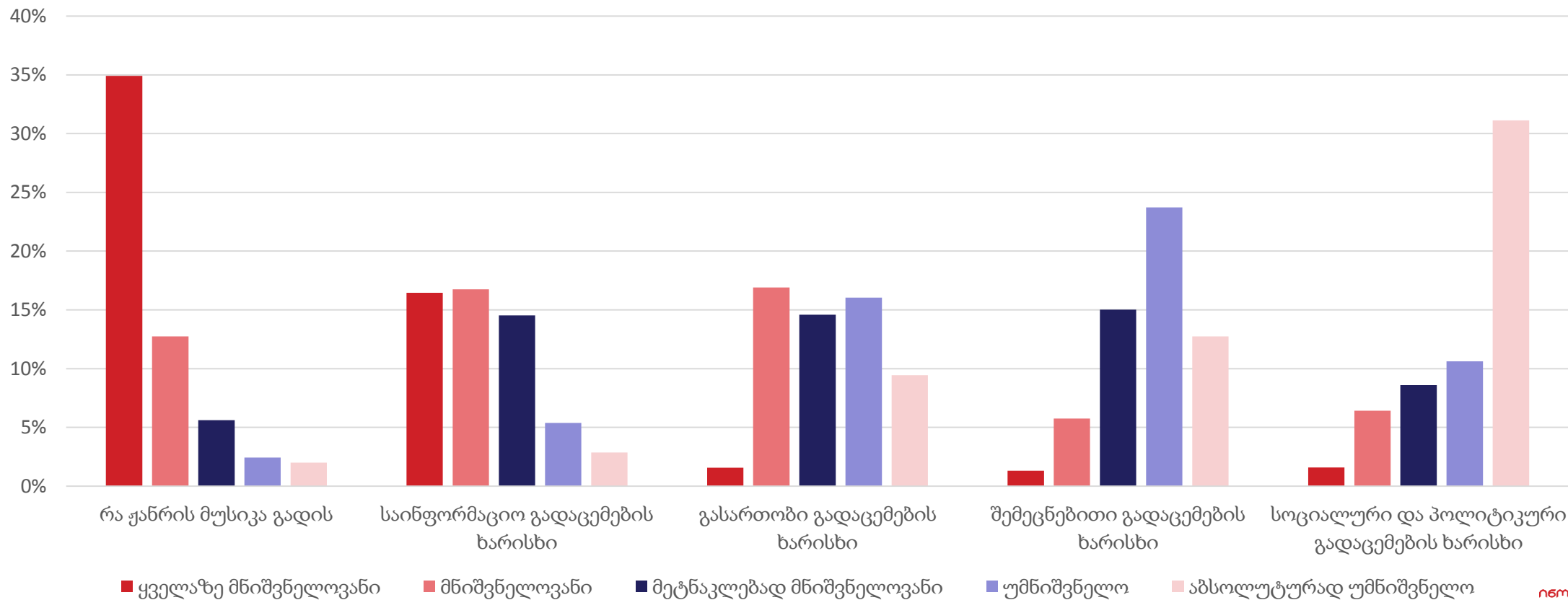
ზონა 258



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები

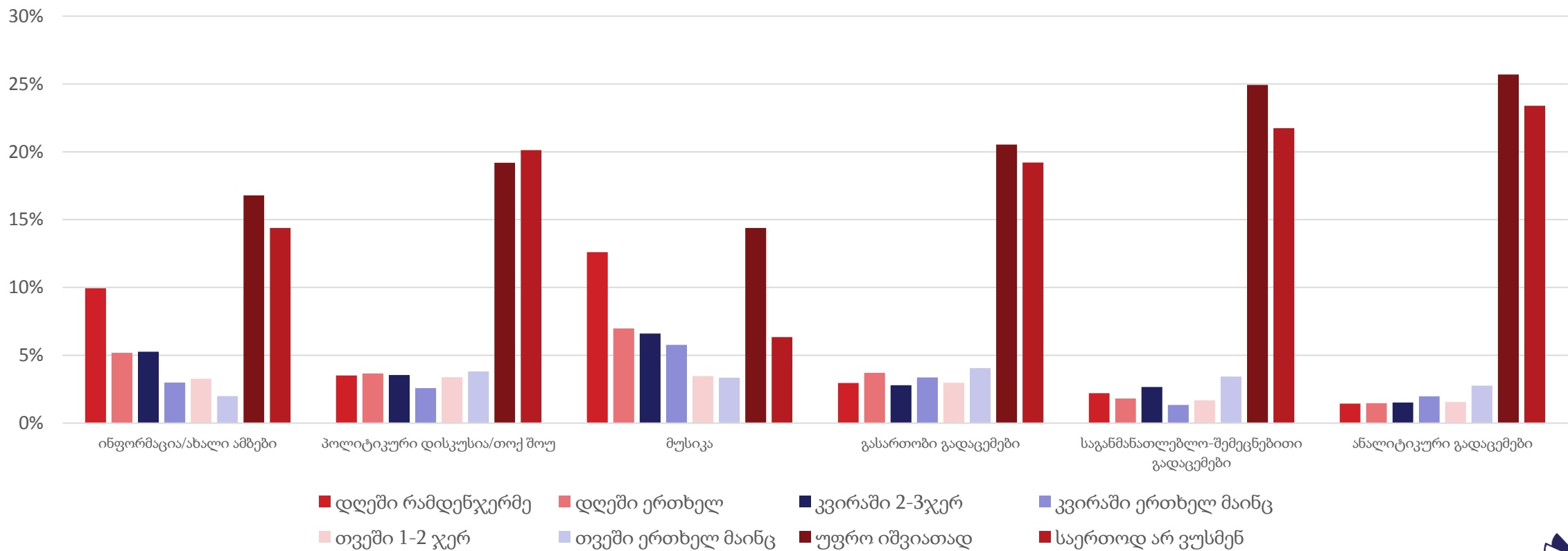
ზონა 258



# რადიენობრივი (ზონური)

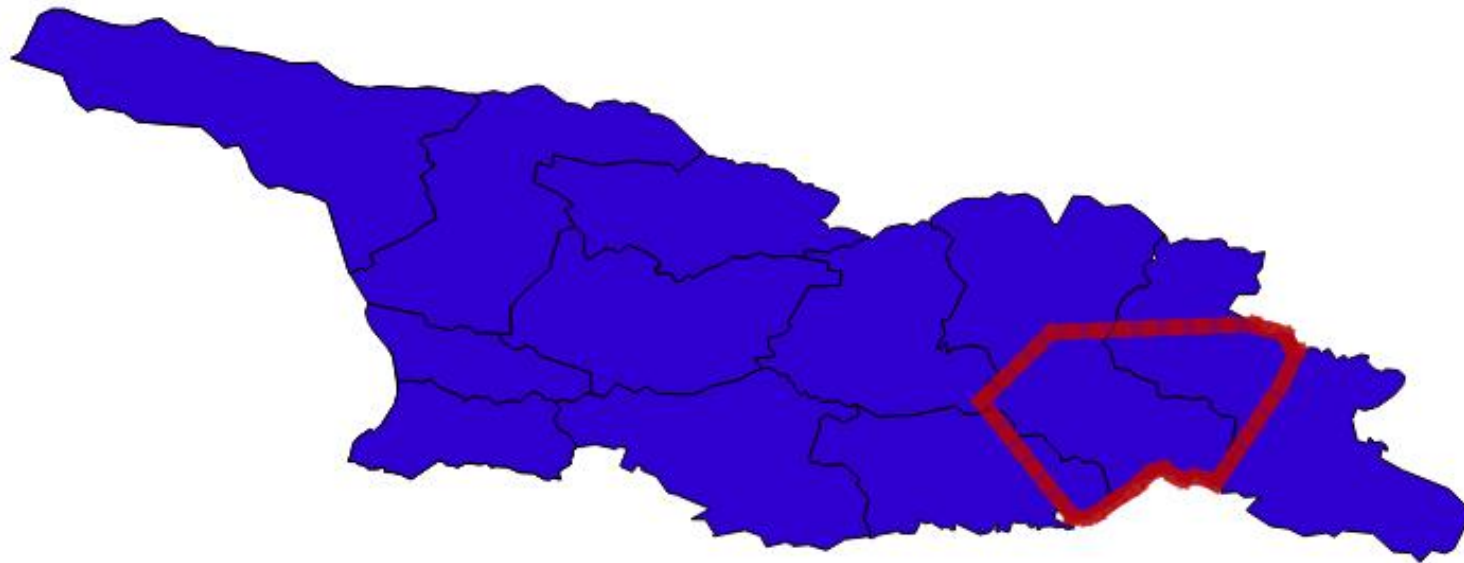
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 258



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

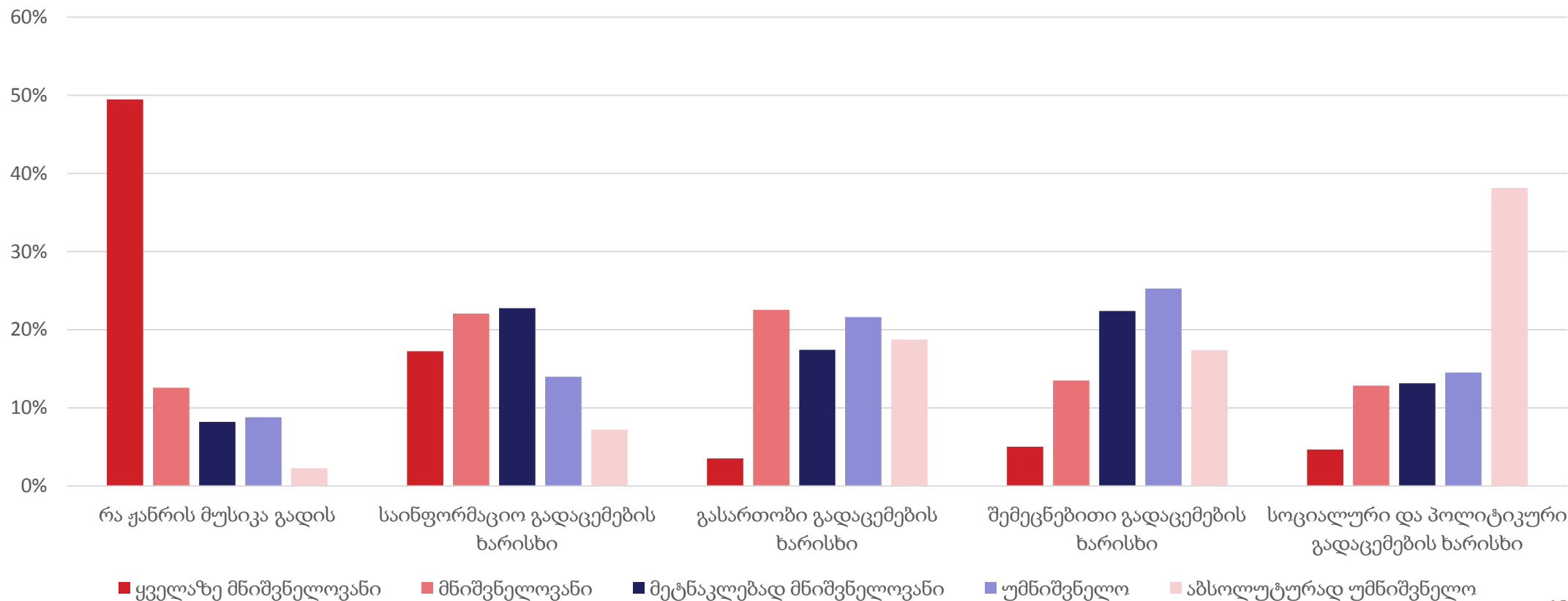
ზონა 259



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები

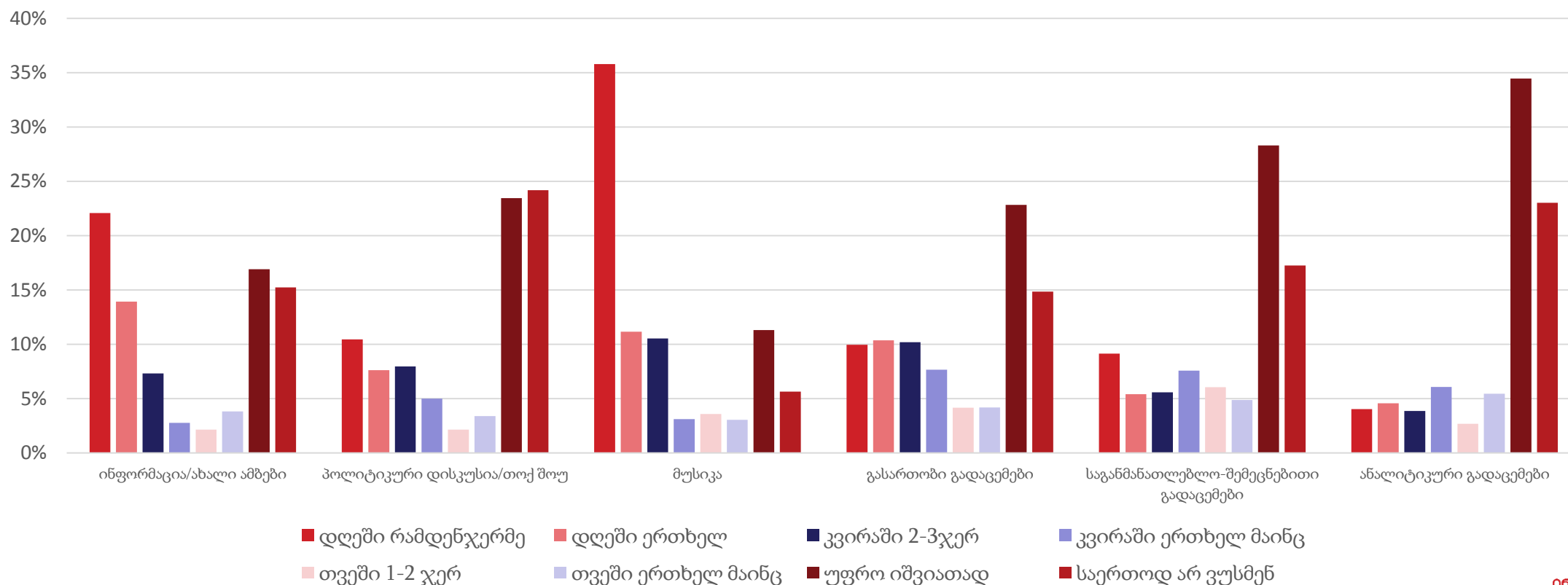
ზონა 259



# რადიენობრივი (ზონური)

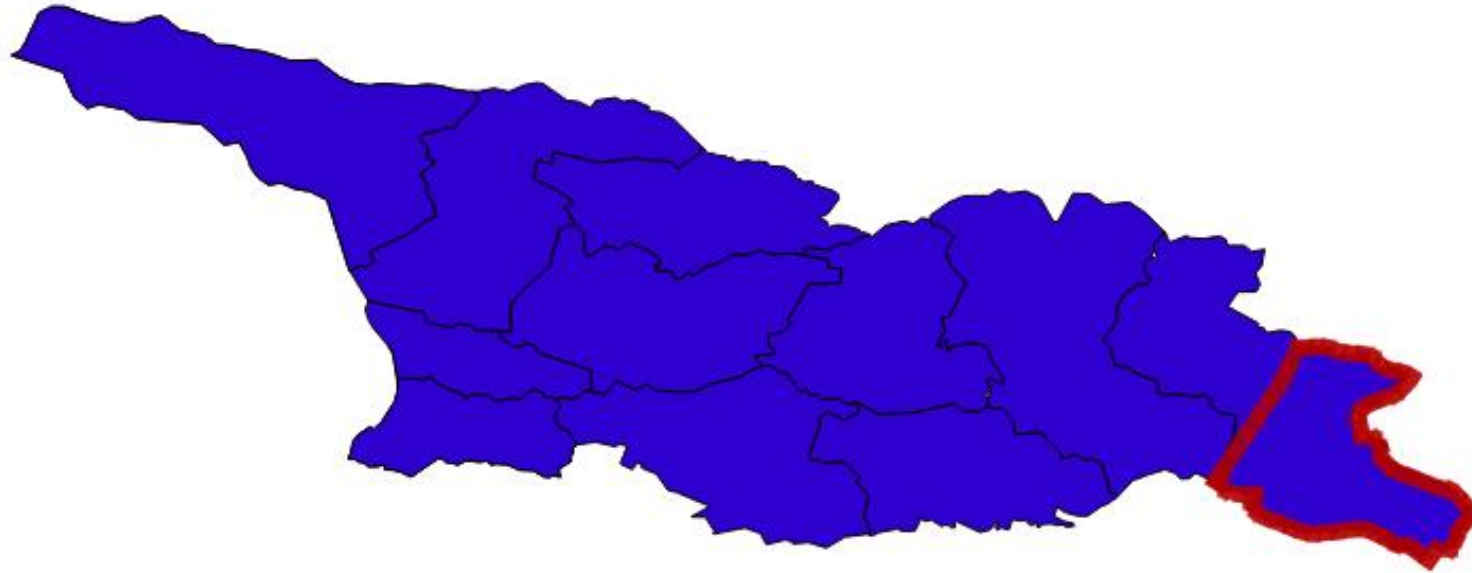
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 259



# კრიტერიუმები და გადაცემების მოსმენის სიხშირე

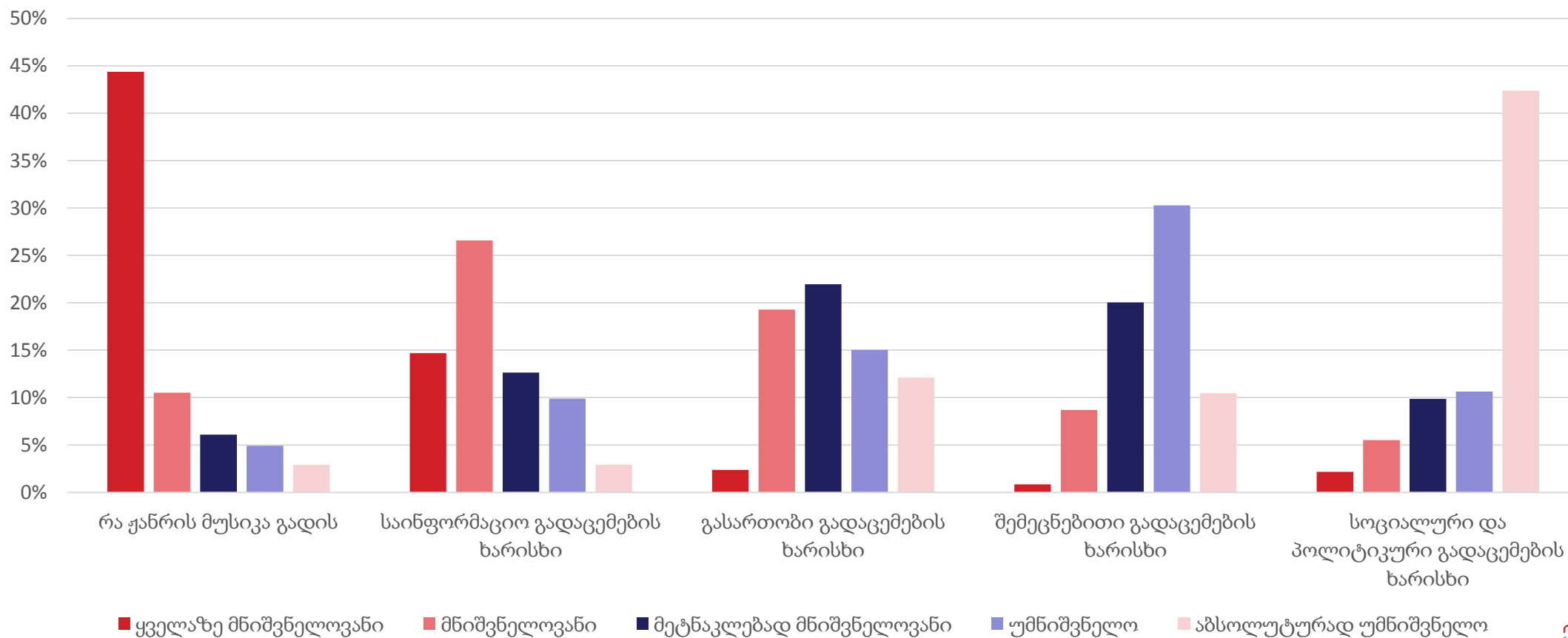
ზონა 261



# რაოდენობრივი (ზონური)

## რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები

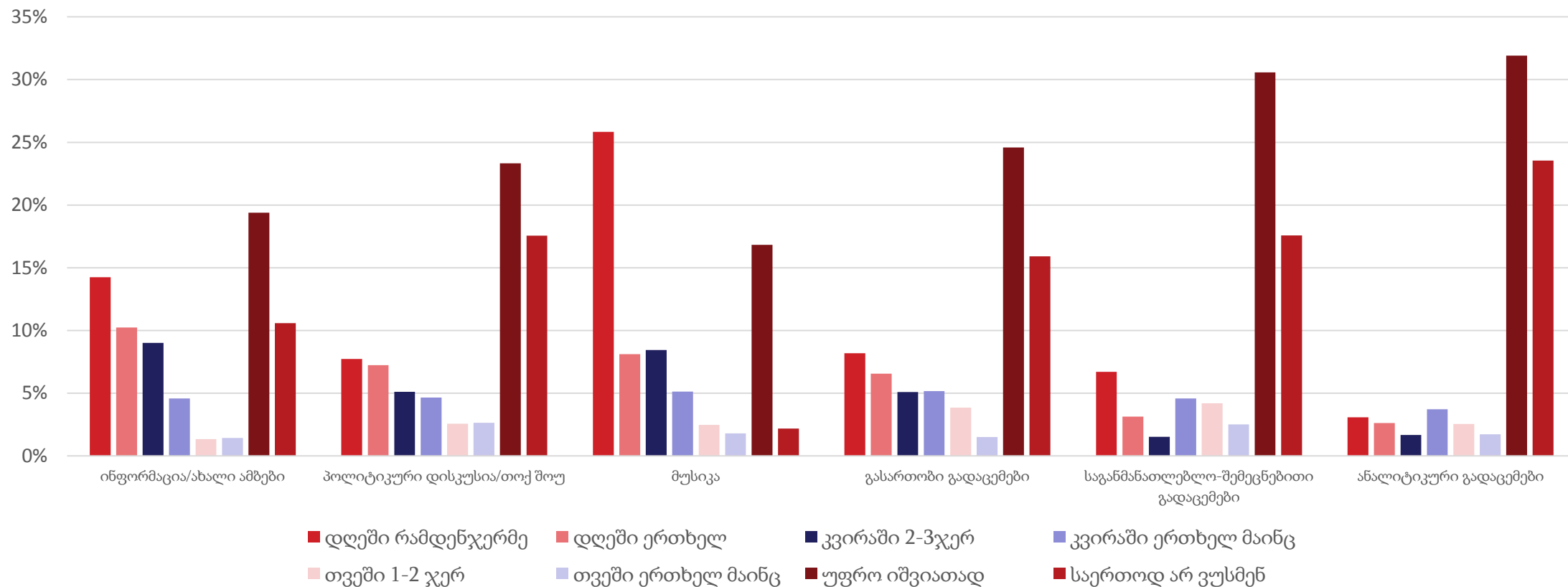
ზონა 261



# რადიოენობრივი (ზონური)

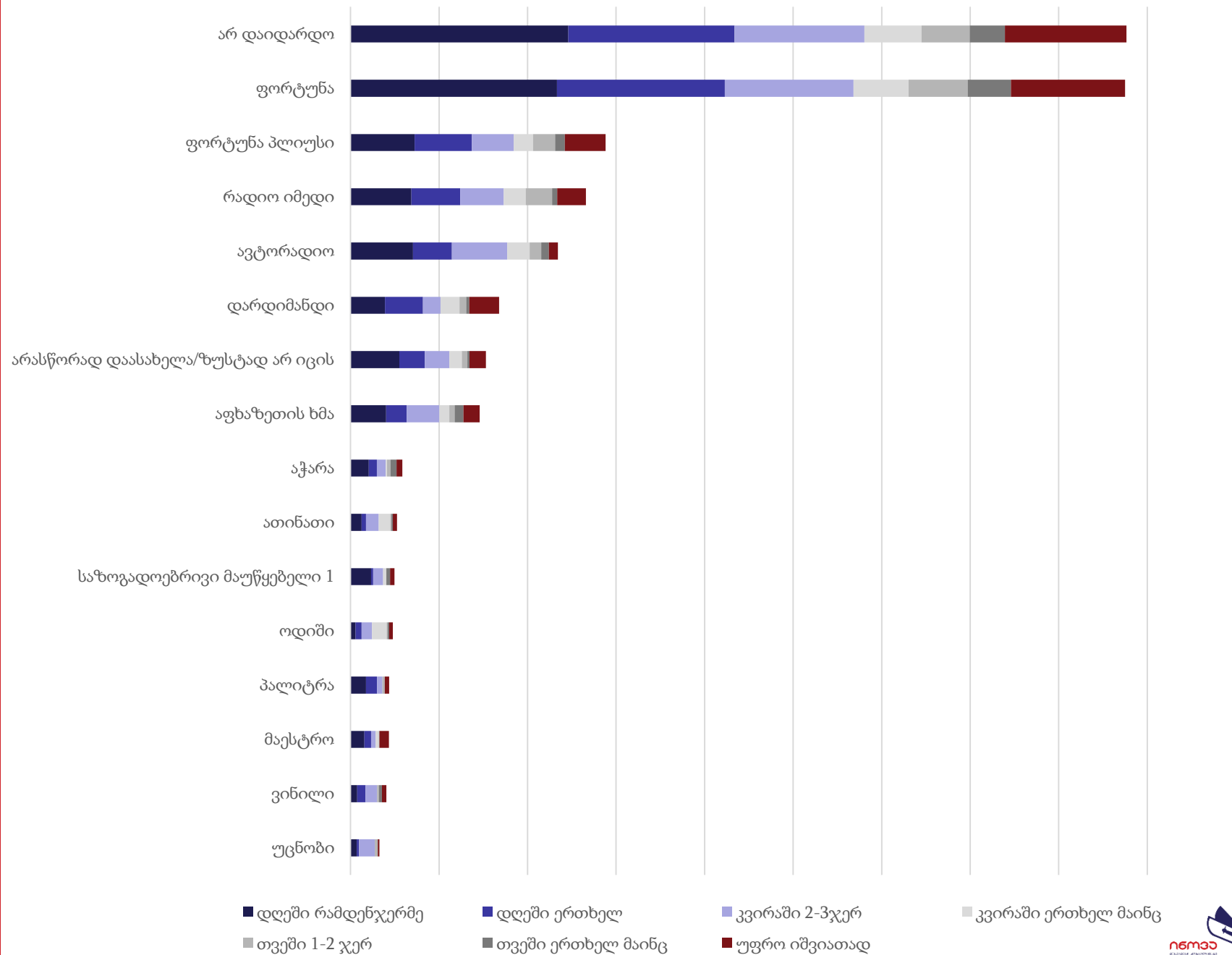
სხვადასხვა ტიპის რადიოგადაცემების მოსმენის სიხშირე

ზონა 261

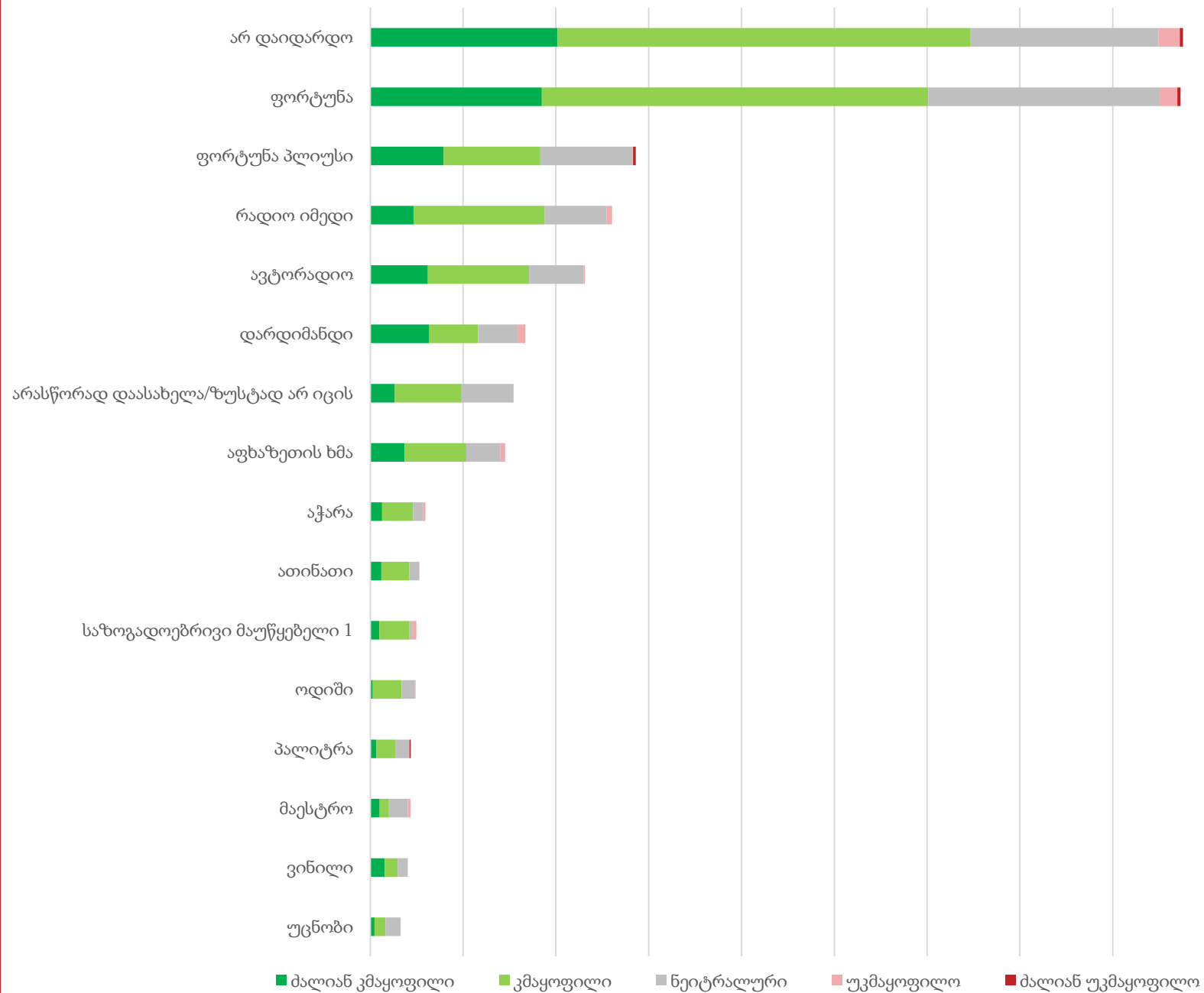


# დასარტო

# რადიოტექნიკა (ეროვნული) რადიოსადგურების მოსმენის სიხშირე



რადიოენობრივი  
(ეროვნული)  
რადიოსადგურებით  
კმაყოფილება





## ანგარიში მოამზადა მენეჯმენტ საკონსულტაციო კომპანია ინოვამ

საკონტაქტო ინფორმაცია:

მის: ირაკლი აბაშიძის 79, თბილისი, საქართველო

ტელ: +995 032 222 25 45

[www.inova.ge](http://www.inova.ge)