



Lauko vaizdo ekranų pastebėjimo dažnumas

Klientas: ACM
2006 m. balandis

Turinys

1. Tyrimo metodologija	3
1.1 Apklauso metodas.....	3
1.2 Atranka.....	3
1.3 Kokybės kontrolė	4
1.4 Duomenų analizė	4
1.5 Statistinė duomenų paklaida.....	4
2. Socialinės-demografinės apklaustųjų charakteristikos	5
3. Santrauka	7
4. Tyrimo rezultatai	8
4.1 ACM lauko vaizdo ekranų pastebėjimo dažnumas.....	8
4.1.1 Matančiųjų ACM lauko vaizdo ekranus socialinis-demografinis poveikslas	10

Tyrimo atlikėjai

Tyrimo vadovas: Vilma Jėckaitė

Ataskaitą rengė: Vilma Jėckaitė

Interviuotojų vadovė: Žydra Ikamienė

Duomenų suvedimo vadovė: Edita Zviedrienė

Dėl visų su tyrimu susijusių klausimų prašome kreiptis:

Vilma Jėckaitė,

TNS gallup, Raugyklos g. 15, 01140 Vilnius, Lietuva

tel. (5) 210 6642, faks. (5) 210 6601, e-mail: vilma.jeckaitė@tns-global.com

1. Tyrimo metodologija

Tyrimas atliktas UAB "Actual City Media" užsakymu.

Tyrimo metu siekta išmatuoti lauko vaizdo ekranų pastebėjimo dažnumą per savaitę.

1.1 Apklauso metodas

Tyrimas atliktas Omnibuso apklauso principu. Apklausa buvo vykdoma tiesioginio interviu metodu respondento namuose.

1.2 Atranka

Apklausa reprezentuoja Vilniaus, Kauno, Šiaulių, Klaipėdos ir Panevėžio miestų 15-74 metų gyventojus.

Tiriamoji visuma yra 1081372 gyventojai.

Atrankos dydis: 643 respondentai.

Respondentai tyrimui atrinkti, naudojant daugiapakopę atsitiktinę atranką. Pirmame etape yra atliekamas geografinis atrankos paskirstymas. Geografiškai atranka savo proporcijomis atitinka bendras gyventojų proporcijas atskiruose regionuose. Naudojami LR Statistikos departamento naujausi duomenys.

Antrame etape iš LR Statistikos departamento Gyventojų registro duomenų bazės atsitiktiniu būdu atrenkami pirminiai atrankos punktai, t.y. adresai, nuo kurių pradedamas atrankos maršrutas. Iš viso buvo panaudoti 44 pradiniai atrankos punktai.

Toliau yra atrenkami namų ūkiai, dalyvausiantys tyrime. Ši atranka yra atliekama, naudojant maršrutinės atrankos metodą. Pradedant nuo pradinio atrankos punkto, applanomas kas 5-tas butas.

Tolesniame etape, naudojantis "jauniausio vyro" taisykle, atrenkamas konkretus respondentas, kurio prašoma dalyvauti apklausoje.

Apklausa buvo vykdoma 2006 m. kovo 1 – 9 bei kovo 28 – balandžio 4 dienomis.

Apklausa atliko 26 interviuotojai.

1.3 Kokybės kontrolė

Interviuotojų skyrius patikrino 10% interviuotojų darbo telefonu.

Duomenų įvedimo skyrius patikrino interviuotojų darbo logiką ir teisingumą.

1.4 Duomenų analizė

Duomenų analizė buvo atliekama, naudojant SPSS/PC programinę įrangą.

Ataskaitoje pateikiami bendrieji atsakymų pasiskirstymai ir pasiskirstymai pagal socialines demografines charakteristikas.

Duomenys buvo svėrti taip, kad apklaustoji visuma tiksliai atitiktų Vilniaus, Kauno, Klaipėdos, Šiaulių ir Panevėžio miestų gyventojų proporcijas pagal lytį, amžių, tautybę, išsimokslinimą bei gyvenamąją vietą.

1.5 Statistinė duomenų paklaida

Vertinant rezultatus, būtina kreipti dėmesį į statistinę paklaidą. Ji atsiranda dėl to, kad yra daroma respondentų atranka, o ne vykdoma ištisinė apklausa. Ši paklaida yra apskaičiuojama matematiškai.

Tolesnėje lentelėje yra pateikiamos paklaidos, esant įvairiam respondentų skaičiui bei atsakymų pasiskirstymui.

Atrankos dydis	Atsakymų pasiskirstymas									
	50	45/55	40/60	35/65	30/ 70	25/75	20/80	15/85	10/90	5/95
10	31	30.8	30.4	29.6	28.4	26.8	24.8	22.1	18.6	13.5
30	17.9	17.8	17.5	17.1	16.4	15.5	14.3	12.8	10.7	7.8
50	13.9	13.8	13.6	13.2	12.7	12	11.1	9.9	8.3	6
75	11.3	11.3	11.1	10.8	10.4	9.8	9.1	8.1	6.8	4.9
100	9.8	9.8	9.6	9.3	9	8.5	7.8	7	5.9	4.3
150	8	8	7.8	7.6	7.3	6.9	6.4	5.7	4.8	3.5
200	6.9	6.9	6.8	6.6	6.4	6	5.5	4.9	4.2	3
300	5.7	5.6	5.5	5.4	5.2	4.9	4.5	4	3.4	2.5
400	4.9	4.9	4.8	4.7	4.5	4.2	3.9	3.5	2.9	2.1
500	4.4	4.4	4.3	4.2	4	3.8	3.5	3.1	2.6	1.9
600	4	4	3.9	3.8	3.7	3.5	3.2	2.9	2.4	1.7
700	3.7	3.7	3.6	3.5	3.4	3.2	3	2.6	2.2	1.6

Pavyzdys: Tarkime, 600 respondentų atsakė į klausimą, kiek kartų per savaitę pamato bent vieną iš lauko vaizdo ekranų. Tarkime, iš jų 40% atsakė, kad ekranus pamato bent kartą per savaitę. Tai reiškia, kad su 95% tikimybe galima teigti, jog tikroji reikšmė yra intervale $40\% \pm 3.9\%$.

2. Socialinės-demografinės apklaustųjų charakteristikos

	N	%
Lytis:		
Vyras	291	45.3
Moteris	351	54.7
Amžius:		
15-19 metų	63	9.8
20-29 metai	129	20.1
30-39 metai	131	20.4
40-49 metai	120	18.6
50-59 metai	93	14.5
60-74 metai	107	16.6
Tautybė:		
Lietuvis	541	84.1
Rusas	60	9.3
Lenkas	28	4.4
Kita	14	2.2
Išsimokslinimas:		
Pradinis	22	3.5
Pagrindinis	67	10.4
Vidurinis	206	32.1
Aukštesnysis	130	20.2
Aukštasis	218	33.9
Užsiėmimas:		
Pats sau darbdavys	24	3.8
Samdomas darbuotojas	369	57.4
Dekretinėse, vaiko priežiūros atostogose	14	2.2
Bedarbis, ieško darbo	25	3.9
Pensijoje	108	16.9
Namų šeimininkė	12	1.8
Mokinys, studentas	90	14.0

	N	%
Pajamos vienam šeimos nariui:		
Iki 200 Lt	14	2.2
201-300 Lt	30	4.6
301-400 Lt	58	9.1
401-600 Lt	144	22.4
601-800 Lt	73	11.3
801-1000 Lt	58	9.0
1001 – 1200 Lt	20	3.2
Virš 1200 Lt	46	7.1
Nenurodė	200	31.0
Gyvenamoji vietovė:		
Vilnius	262	40.7
Kaunas	175	27.2
Klaipėda	91	14.1
Šiauliai	61	9.5
Panevėžys	54	8.5

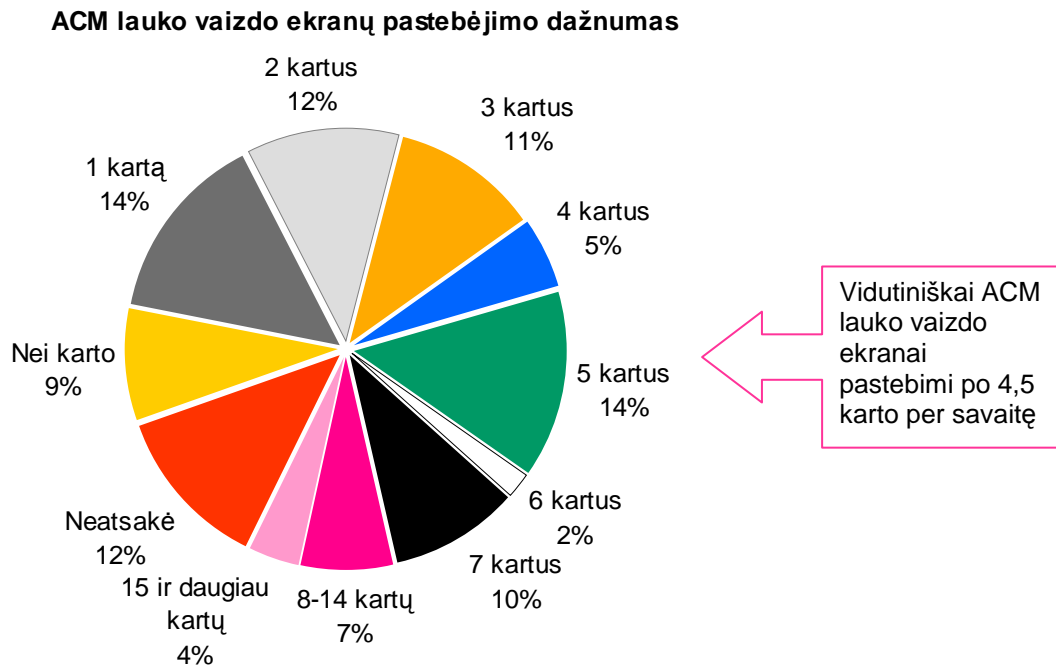
3. Santrauka

- Tyrimo, atlikto 2006 m. kovo 1 – 9 bei kovo 28 – balandžio 4 dienomis., Vilniaus, Kauno, Klaipėdos, Šiaulių ir Panevėžio miestuose, duomenimis, 14% visų apklaustųjų lauko vaizdo ekranus pamato beveik kasdien (5 kartus per savaitę), 11% - 8 ir daugiau kartų per savaitę, o 42% visų apklaustųjų lauko vaizdo ekraną pamato 1-4 kartus, 9% - nepamato nei karto. 12% apklausos dalyvių negalėjo nurodyti, kelis kartus per savaitę pamato bent vieną ACM lauko vaizdo ekraną.
- Lyginant su bendru respondentų pasiskirstymu, tarp dažnai matančiųjų (11 kartų ir dažniau) lauko vaizdo ekranus, didesnė dalis yra jaunesnių (15-39 metų), taip pat gyvenančių Vilniaus mieste respondentų. Tarp tų, kurie teigia per savaitę nematą nei vieno ekrano, didesnė dalis yra vyresnių (virš 40 metų) respondentų bei gaunančių mažas pajamas (iki 400 litų vienam šeimos nariui per mėnesį).

4. Tyrimo rezultatai

4.1 ACM lauko vaizdo ekranų pastebėjimo dažnumas

Apklausoje dalyviams buvo pateiktas klausimas: „Vidutiniškai kelis kartus per savaitę Jūs pamatote bent vieną iš ACM lauko vaizdo ekranų?“. Atsakymų pasiskirstymas pateikiamas diagramoje.



Procentai skaičiuojami nuo visų apklaustųjų (N=643).

Diagramoje žemiau pateikiamas apklaustųjų segmentai pagal lauko vaizdo ekranų pastebėjimo dažnumą per savaitę.

ACM lauko vaizdo ekranų pastebėjimo dažnumas per savaitę: respondentų segmentai



- Nei karto nematantys
- Retai matantys (1-3 kartus)
- Vidutiniškai dažnai matantys (4-10 kartų)
- Dažnai matantys (11 kartų ir dažniau)
- Nenurodę

Procentai skaičiuojami nuo visų apklaustųjų (N=643).

4.1.1 Matančiųjų ACM lauko vaizdo ekranus socialinis-demografinis paveikslas

Diagramoje vaizduojama matančiųjų ACM lauko vaizdo ekranus struktūra pagal lytį, amžių, išsimokslinimą, vidutines vieno šeimos nario pajamas per mėnesį ir miestą. Statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti skirtingomis spalvomis: pilka spalva – mažesnė už bendrą vidurkį reikšmė, rožinė spalva – didesnė.

