

סקר דעת קהל בקרב תושבי נס ציונה – 12/2015

נערך ע"י: מאגר מוחות – מכון מחקר ויעוץ בינתחומי בע"מ



עבור: העיתון

לבקשתכם ערכנו סקר דעת קהל, בקרב תושבי נס ציונה, במטרה לבחון את:
(1) דפוסי קבלה וקריאה של עיתונים מקומיים (2) שביעות הרצון מהעיתון כל נס ציונה ותכניו

הסקר נערך טלפוני, בתאריכים 22-25.12.2015 בשעות היממה השונות, באמצעות שאלון מובנה בקרב מדגם הסתברותי ואקראי של 292 משיבים, המייצג את האוכלוסייה הבוגרת (גילאי 17 ומעלה) המתגוררת בנס ציונה. טעות הדגימה המירבית 5.7% בהתייחס לאומדנים השונים.

ממצאי הסקר הנוכחי (סקר דצמ' 2015) מושווים, במידת האפשר, לממצאי סקרים קודמים שנערכו ע"י מאגר מוחות עבור העיתון "כל נס ציונה" בסה"כ 9 סקרים החל משנת 2003.

הסקר נערך ע"י מאגר מוחות – מכון מחקר ויעוץ בינתחומי בע"מ
בניהולם של פרופ' יצחק כ"ץ – מנכ"ל, פרופ' ברוך מבורך – מנהל מדעי וד"ר אמיר הורקין מנהל המחקר.

תמצית הממצאים:

רוב מוחלט מבעלי הדעה (96%) מקבלים מדי שבוע לתיבת הדואר שלהם את העיתון "כל נס ציונה".
כשליש מבעלי הדעה (30%) מקבלים לתיבת הדואר את "גל גפן".
(חלק מהנשאלים מקבלים את שני העיתונים ולכן סכומם עולה על 100%)

העיתונים המקומיים/אזוריים הנקראים באופן קבוע כל שבוע

כל נס ציונה – נקרא באופן קבוע כל שבוע על ידי רוב קוראי הקבע (66%).
ידיעות רחובות - נקרא באופן קבוע כל שבוע על ידי 15% מקוראי הקבע.
גל גפן – נקרא באופן קבוע כל שבוע על ידי 14% מקוראי הקבע.
העיר – נקרא באופן קבוע כל שבוע ע"י 5% מקוראי הקבע.
(חלק מהנשאלים קורא מדי שבוע דרך קבע יותר מעיתון אחד, אך נתון זה לא בא לידי ביטוי בתשובות)

השיעור הגבוה ביותר של קריאת העיתון כל נס ציונה באופן קבוע כל שבוע נרשם בקרב קבוצת הגיל הצעירה ביותר (17-29, 60%), והשיעור הנמוך ביותר נרשם בקרב קבוצת הגיל המבוגרת ביותר (+65, 48%).
מגמה זו מתהפפת לגבי קריאת העיתונים גל גפן וידיעות רחובות:

14% מקרב קבוצת הגיל +65 קוראים באופן קבוע כל שבוע את גל גפן, לעומת 5% מקרב קבוצת הגיל 17-29. 15% מקרב קבוצת הגיל +65 קוראים באופן קבוע כל שבוע את ידיעות רחובות, לעומת 3% מקרב קבוצת הגיל 17-29.

רוב גדול (76%) מבעלי הדעה אשר קוראים באופן קבוע כל שבוע את העיתון כל נס ציונה, מרצים מהעיתון ומתכניו. שביעות הרצון הממוצעת גבוהה (4.05)

מקורות המידע על הנעשה בעיר בקרב בעלי הדעה:

עיתונות מקומית (39%).
מפה לאוזן, חברים, משפחה וכדומה (27%).
אתרי אינטרנט ופייסבוק (19%).
מודעות ושלטי חוצות (11%).
פליירים ופרוספקטים בתיבות הדואר (4%).

מאגר מוחות – מכון מחקר ויעוץ בינתחומי בע"מ