

Výzkum znalosti ROP Jihovýchod v Jihomoravském kraji a v kraji Vysočina

pro



duben 2012

Realizovala agentura výzkumu trhu
a strategického marketingu

 **BRAND BROTHERS**
market research & strategic marketing

Ptašinského 8, 602 00 Brno, Tel.: 541 261 433, Fax: 541 261 435
Email: info@brandbrothers.com, www.brandbrothers.cz,
www.marketingovy-vyzkum.cz

Obsah

1.	METODOLOGIE VÝZKUMU	3
1.1.	<i>Sběr dat</i>	3
2.	ZNALOST OPERAČNÍCH PROGRAMŮ MEZI OBYVATELI ZKOUMANÝCH KRAJŮ	4
3.	ZPRACOVATEL VÝZKUMU: BRAND BROTHERS S.R.O.	8
3.1.	<i>Marketingové výzkumy a strategická doporučení od roku 1996</i>	8

1. Metodologie výzkumu

1.1. Sběr dat

Sběr dat: Šetření bylo uskutečněno metodou face to face dotazování respondentů v České republice. Jednotlivé rozhovory tazatelé zaznamenali do připravených dotazníků.

Termín sběru dat: Rozhovory v ČR byly uskutečněny ve dnech 19.4. – 23. 4. 2012.

Velikost výběrového souboru: Dotázáno bylo celkem 340 respondentů, z nichž bylo 230 v Jihomoravském kraji a 110 na Vysočině.

Výběr respondentů: Respondenti byli vybíráni kvótním výběrem, reprezentativním na populaci Jihomoravského kraje a Vysočiny. Kvótními znaky byly: pohlaví, věk, dosažené vzdělání, velikost obce a kraj.



Statistická poznámka: V tabulce č.1 je spočtena velikost intervalu spolehlivosti pro počty respondentů, které byly dotázány v Jihomoravském kraji, na Vysočině a obou krajích dohromady. Co tyto údaje znamenají?

Předpokládejme, že ve vzorku 340 respondentů jich 30% odpovědělo, že zná daný operační program. Na základě této tabulky tedy můžeme určit, že s 95% pravděpodobností bude skutečný podíl lidí v celé populaci, kteří znají onen operační program, v intervalu 30% +/- 4,9%.

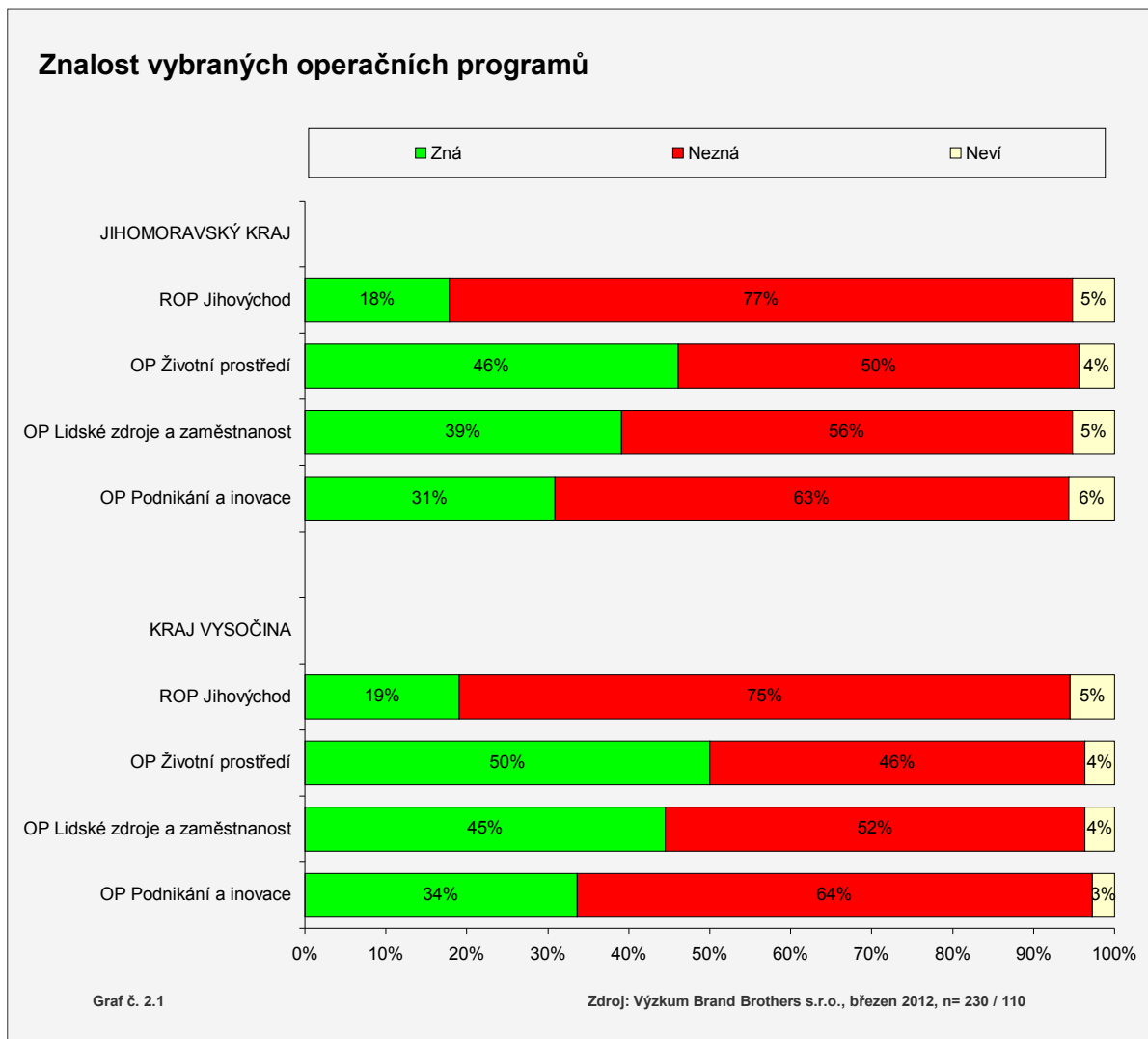
Tab. 1: Interval spolehlivosti na hladině významnosti 95%

Počet respondentů	Hodnota podílu				
	18%	19%	30%	40%	50%
110	18% +/- 7,2%	19% +/- 7,3%	30% +/- 8,6%	40% +/- 9,2%	50% +/- 9,3%
230	18% +/- 5,0%	19% +/- 5,1%	30% +/- 5,9%	40% +/- 6,3%	50% +/- 6,5%
340	18% +/- 4,1%	19% +/- 4,2%	30% +/- 4,9%	40% +/- 5,2%	50% +/- 5,3%

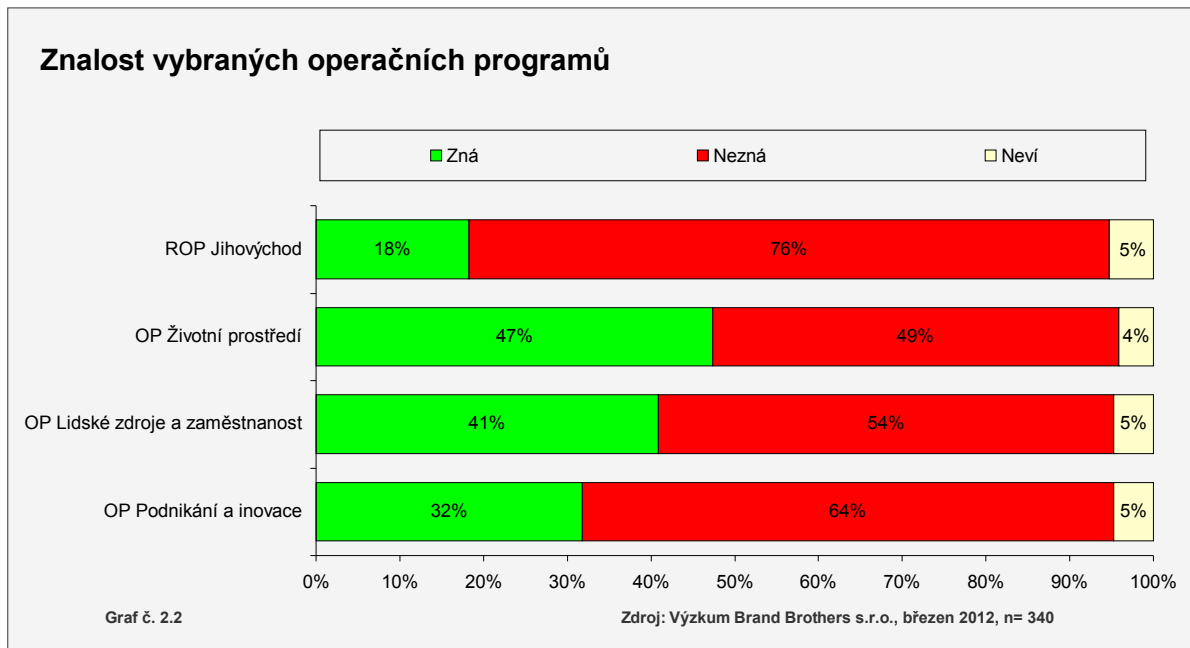
2. Znalost operačních programů mezi obyvateli zkoumaných krajů

Znalost operačního programu **ROP Jihovýchod** jsme ve výzkumu zjišťovali společně se znalostí dalších operačních programů, které v Jihomoravském kraji a v kraji Vysočina působí – konkrétně **Operační program Životní prostředí, Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost, Operační program Podnikání a inovace**.

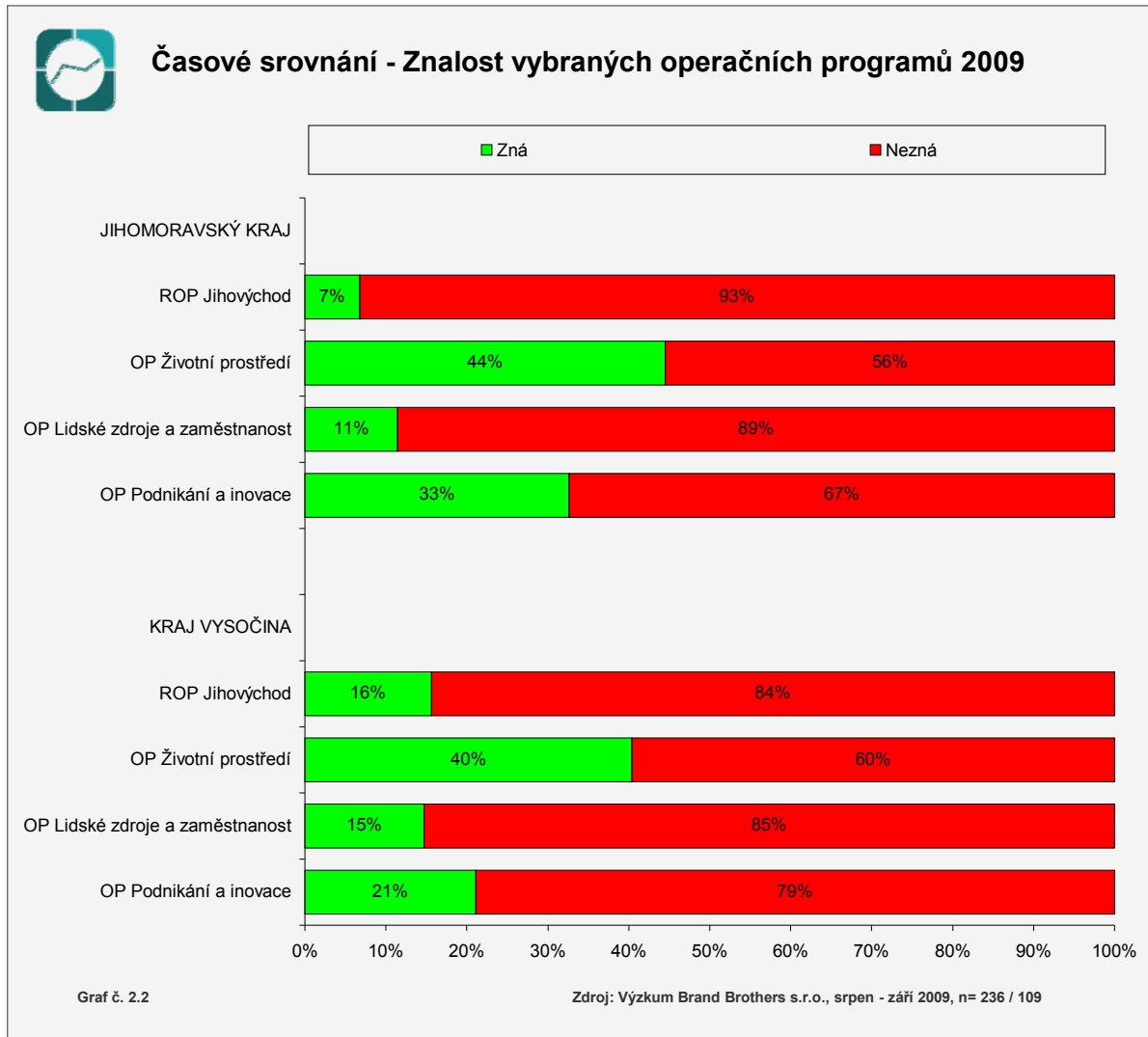
Grafy ukazují znalost těchto operačních programů v rámci jednotlivých zkoumaných krajů.



ROP Jihovýchod má mezi zkoumanými operačními programy **nejnižší znalost** v obou krajích – v Jihomoravském kraji jej zná 18% a na Vysočině 19% obyvatel. Mírně vyšší znalost na Vysočině se projevuje u všech operačních programů – jak ukazují data, všechny programy zná větší podíl lidí na Vysočině, než v Jihomoravském kraji.



Přinášíme také graf pro oba kraje společně. Tato analýza nám nabízí nižší míru detailu, avšak vyšší statistickou spolehlivost.

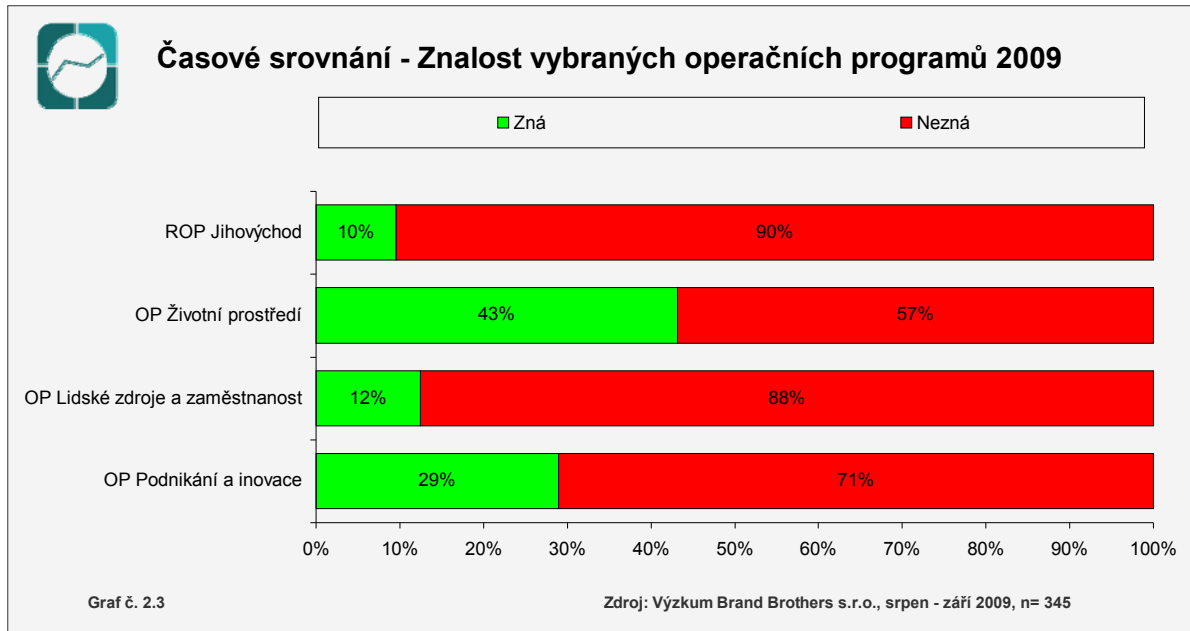


V porovnání s výzkumem v roce 2009 se **znalost ROP Jihovýchod zvýšila jak v Jihomoravském kraji** (ze 7% na 18%), tak **na Vysočině** (z 16% na 19%).

K mírnému nárůstu v obou regionech došlo u OP Životní prostředí (v JMK z 44% na 46%, na Vysočině z 40% na 50%).

OP Lidské zdroje a zaměstnanost zaznamenal významné zvýšení znalosti (v JMK z 11% na 39%, na Vysočině z 15% na 45%). OP Životní prostředí se tak umístil na druhém místě ve znalosti a přesáhl OP Podnikání a inovace.

K jedinému poklesu (byť mírnému) došlo u OP Podnikání a inovace v Jihomoravském kraji (z 33% na 31%). Vysočina naopak zaznamenala nezanedbatelný růst z 21% na 34%.



3. Zpracovatel výzkumu: Brand Brothers s.r.o.

Vážíme si důvěry, kterou naši agentuře svěžují naši klienti. Na základě námi vypracovaných výzkumů a marketingových doporučení dělají strategická rozhodnutí, která významnou měrou určují budoucí prosperitu jejich firmy.

Každý výzkum je proto pro nás profesní výzvou. I přes naše patnáctileté působení v oboru pracujeme na každém nové zakázce s maximálním zaujetím a pečlivostí. Používáme naší praxí i praxí našich zahraničních partnerů osvědčené metody. V naší agentuře se můžete spolehnout, že získáte perfektní výsledek.



Tomáš Papírník
Výkonný ředitel Brand Brothers s.r.o.

3.1. Marketingové výzkumy a strategická doporučení od roku 1996

Společnost Brand Brothers má rozsáhlé zkušenosti s výzkumem trhu a strategickým marketingem od roku 1996. Za tuto dobu jsme získali know-how, které nás odlišuje od jiných výzkumných a marketingových společností například v těchto bodech:

- Spolehlivost výzkumů a omezování chyb
- Návrh výzkumů tak, aby ze studií plynula konkrétní marketingová doporučení
- Návrh výzkumů tak, aby nebylo mrháno prostředky
- Návrh výzkumů tak, aby některé výsledky mohly být využity jako součást efektivního PR
- Schopnost rychle a do důsledků pochopit zákazníkův business a navrhnout řešení, která efektivně zacházejí s klientovými prostředky
- Návrh strategií propagačních kampaní se znalostí trhu a postupů, které jsou v konkrétním daném případě účinné.

Naše konkurenční výhoda vůči jiným marketingovým agenturám spočívá také v širším marketingovém kontextu, ve kterém o výzkumech přemýšlíme.