

Výzkum znalosti ROP Jihovýchod v Jihomoravském kraji a kraji Vysočina



Říjen – prosinec 2015

A reliable
market research
partner for
the whole of
Europe

42%

obyvatel na
Vysočině zná
ROP Jihovýchod

28%

znalosti dosáhl
ROP Jihovýchod
u obyvatel
Jihomoravského
kraje

32%

obyvatel obou
krajů zná
operační
program ROP
Jihovýchod

Obsah

1. METODOLOGIE VÝZKUMU	3
1.1. Sběr dat	3
2. ZNALOST OPERAČNÍCH PROGRAMŮ DLE ZKOUMANÝCH SEGMENTŮ A REGIONŮ	4
2.1. Znalost operačního programu ROP Jihovýchod	4
BRAND BROTHERS S.R.O. - MARKETINGOVÉ VÝZKUMY A STRATEGICKÁ DOPORUČENÍ OD ROKU 1996.....	7

1. Metodologie výzkumu

1.1. Sběr dat

Sběr dat: Šetření bylo uskutečněno metodou face to face dotazování respondentů ve dvou vlnách omnibusového šetření. Jednotlivé rozhovory tazatelé zaznamenali do připravených dotazníků.

Termín sběru dat: Rozhovory v ČR byly uskutečněny ve dnech 27. 10. – 2. 12. 2015.

Velikost výběrového souboru: Dotázáno bylo celkem 329 respondentů, z nichž bylo 228 v Jihomoravském kraji a 101 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, přičemž vzorek zahrnoval respondenty starší 18 let.



Statistická poznámka: V tabulce č.1 je vypočítaná 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 329 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% +/- 5,0%.

Tab. 1: Interval spolehlivosti na hladině významnosti 95%

Počet respondentů	Hodnota podílu				
	15%	20%	30%	40%	50%
101	15% +/- 7,0%	20% +/- 7,8%	30% +/- 8,9%	40% +/- 9,6%	50% +/- 9,8%
228	15% +/- 4,6%	20% +/- 5,2%	30% +/- 5,9%	40% +/- 6,4%	50% +/- 6,5%
329	15% +/- 3,9%	20% +/- 4,3%	30% +/- 5,0%	40% +/- 5,3%	50% +/- 5,4%

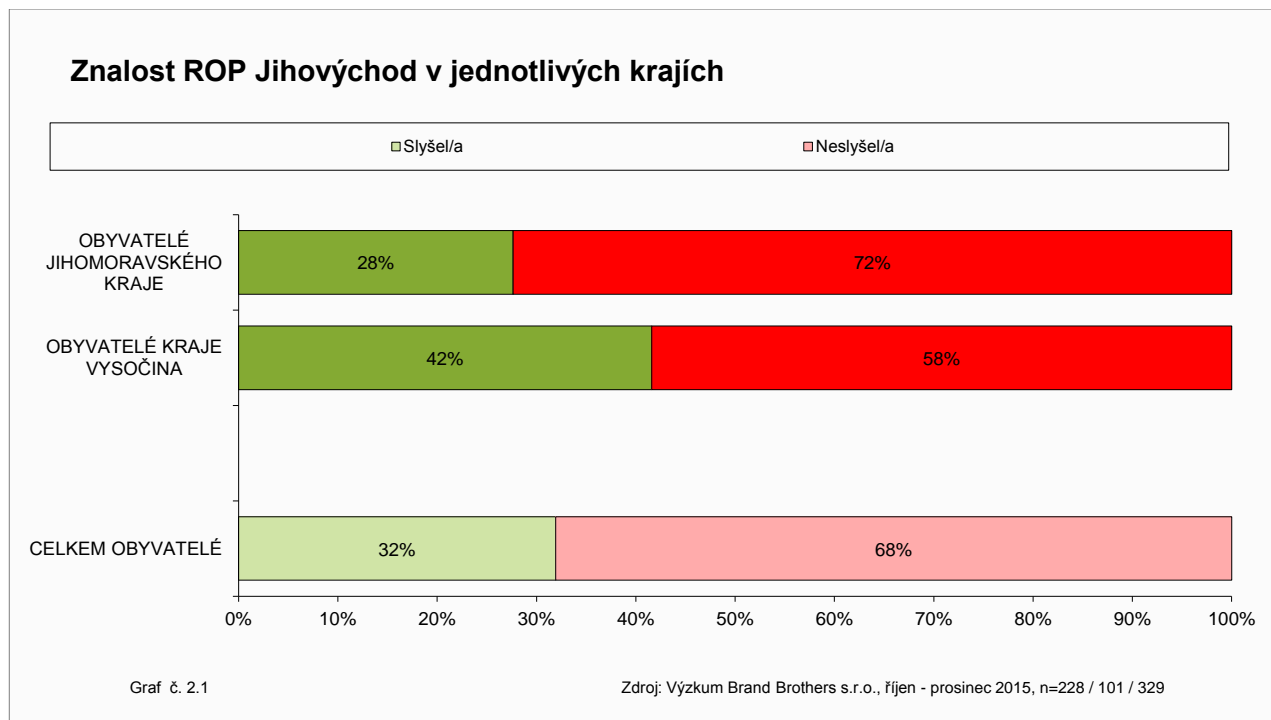
Zdroj: Zpracování Brand Brothers, s.r.o.

2. Znalost operačních programů dle zkoumaných segmentů a regionů

Respondentům jsme položili následující otázku: *Slyšeli jste někdy o programu Regionální operační program Jihovýchod – ROP Jihovýchod? ROP Jihovýchod přináší peníze z Fondů Evropské Unie do projektů v Jihomoravském kraji a kraji Vysočina do projektů jako jsou výstavba cyklostezek, rozhleden, nemocnic, výstavba školek, domů sociální péče, ale i rekonstrukce muzeí a zámků. Z konkrétních projektů můžeme uvést například Kostnici sv. Jakuba v Brně nebo Nový Pavilon urgentního příjmu v jihlavské nemocnici.*

Respondentům bylo současně s otázkou prezentováno i logo operačního programu.

2.1. Znalost operačního programu ROP Jihovýchod

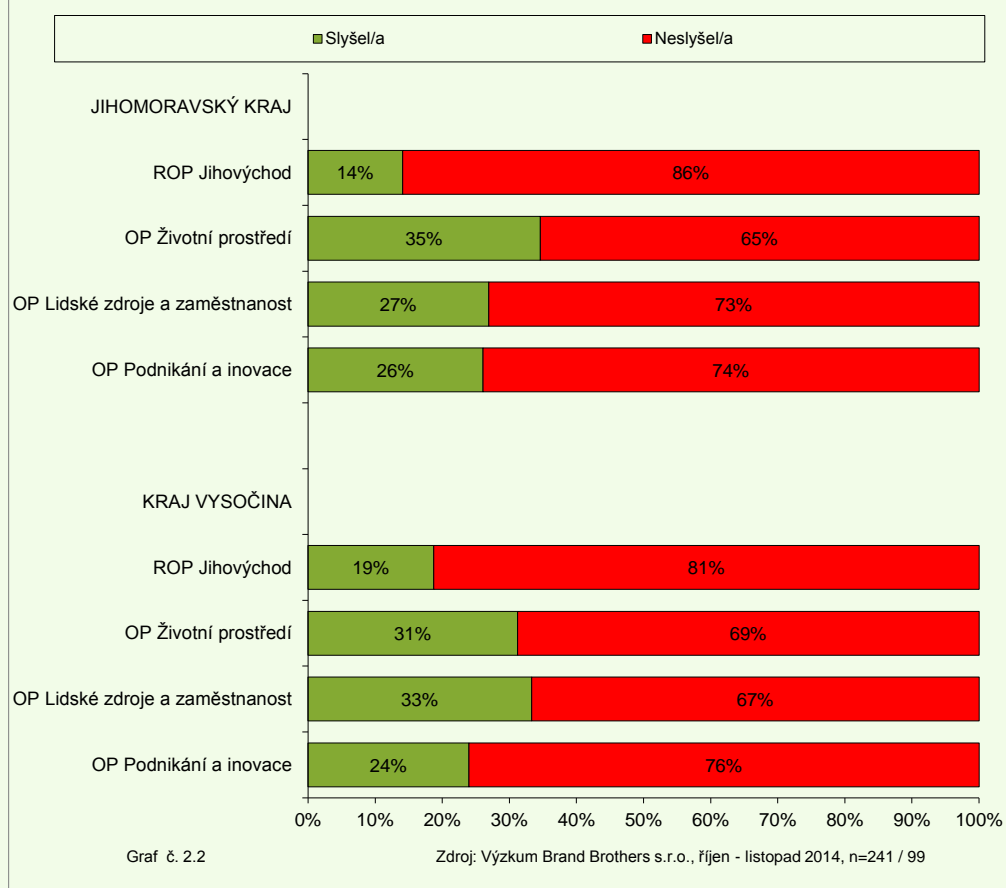


ROP Jihovýchod zná **28%** obyvatel **Jihomoravského kraje** a **42%** obyvatel kraje **Vysočina**. Celkem zná tento operační program 32% obyvatel obou krajů.



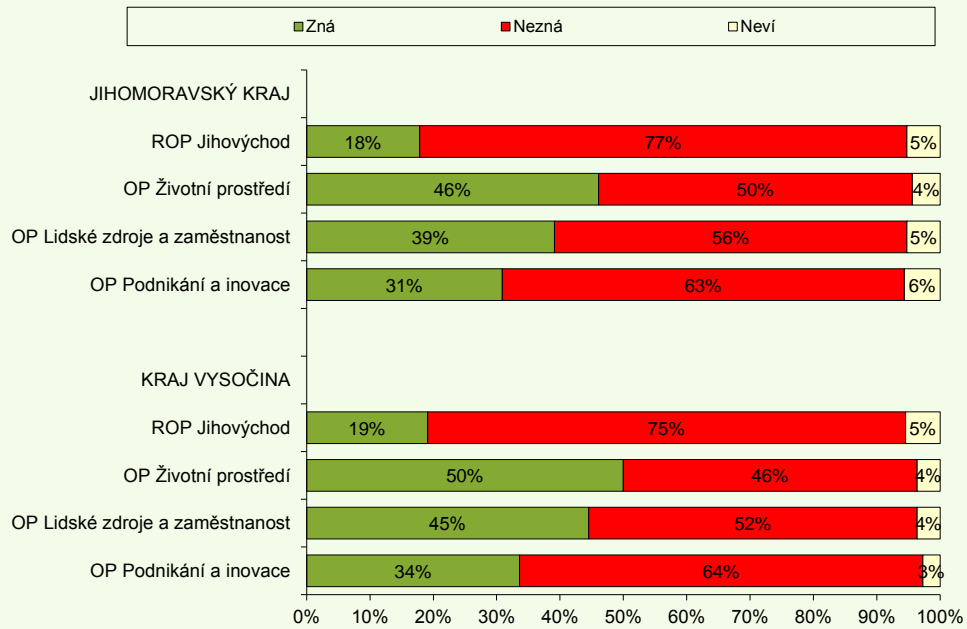
Srovnání časového vývoje: Pro časové srovnání máme k dispozici řadu 3 předcházejících výzkumů z let 2009, 2012 a 2014. Zatímco mezi lety 2009 a 2012 znalost operačního programu ROP Jihovýchod stoupla (a to zejména v Jihomoravském kraji) ze 7% na 18% a ze 16% na 19% v kraji Vysočina, v roce 2014 jsme zaznamenali stagnaci v kraji Vysočina, a pokles znalosti v Jihomoravském kraji. Oproti loňskému roku se **znalost** operačního programu **více než zdvojnásobila**. V Jihomoravském kraji na 28%, v kraji Vysočina dokonce na 42%.

Znalost vybraných operačních programů Obyvatelé Jihomoravského kraje a kraje Vysočina





Znalost vybraných operačních programů Obyvatelé Jihomoravského kraje a kraje Vysočina



Graf č. 2.1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., březen 2012, n= 230 / 110



Znalost ROP Jihovýchod Obyvatelé Jihomoravského kraje a kraje Vysočina



Graf č. 2.1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen - září 2009, n= 236 / 61 / 69 / 75 109 / 34 / 37 / 39

Brand Brothers s.r.o. - 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.

Vážíme si důvěry, kterou naši agentuře svěřují 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 devatenáctileté působení v oboru pracujeme na každé 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.



A reliable
market research
partner for
the whole of
Europe