

Typy výzkumu pro potřeby programu a modelová zadání pro jednotlivé segmenty

- uchazejí o část 1 - standardní CAPI, CATI a CAWI výzkumy a speciální projekty pro edloží zpracování modelových příkladů 1) - 5);
- uchazejí o část 2 - klasický kvalitativní výzkum pro edloží zpracování modelového příkladu 6) a nabídku pro zadání 7);
- uchazejí o část 3 - kvalitativní výzkum online pro edloží zpracování modelového příkladu 8).

1) Standardní dotazníkové šetření CAPI

Tyto jsou zaměřené na mediální chování, programové preference a hodnotové orientace posluchače. Cílovou skupinou mohou být vybrané kategorie, například posluchači určité rozhlasové stanice, nebo celá populace. tomu se přizpůsobuje velikost výběrového souboru. V rámci elektronického dotazníku může být umístěno i posuzování krátkých audio nebo audio-vizuálních ukázek nebo obrazového materiálu.

Modelový příklad: Mapování hudebního vkusu, programových preferencí a image rozhlasových stanic v ČR

Metoda CAPI - osobní dotazování s použitím počítače a elektronického dotazníku

Kvótní výběr posluchače rádia N = 3100, poslech rádia min. 30 minut denně.

Soubor respondentů reprezentativní pro populaci ČR ve věku 15 - 75 let podle kritérií pohlaví, věk, vzdělání a velikost místa bydliště.

Podíl dotazovaných v Praze 500, v ostatních krajích zhruba 200.

Délka dotazníku cca 50 minut, 2-3 otevřené otázky, baterie 35 zvukových ukázek hudebních stylů (délka jedné ukázky cca 15 sekund).

Výstup (v elektronické podobě): Tabulky 2. stupně třídění podle kvótních kritérií pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa trvalého bydliště (ve formátu xls.)

Závěrečná zpráva ve formě PowerPoint prezentace.

Osobní prezentace v místě sídla zadavatele.

Data ve formátu SPSS.

2) Standardní dotazníkové šetření CATI

Toto je zaměřené na mediální chování, programové preference a hodnotové orientace posluchače. V rámci elektronického dotazníku může být umístěno i posuzování krátkých audio ukázek.

Modelový příklad: Diference v hudebním vkusu a programových preferencích posluchače celoplošných a regionálních stanic v ČR

Metoda CATI

Kvótní výběr posluchače v ČR: N = 3000, z toho 200 posluchačů pro každou stanici v ČR (včetně analogovým vysíláním (4 celoplošné a 11 regionálních stanic).

Soubor respondentů pro každou stanici: poslech minimálně 4 dny v týdnu, 100 daná stanice je pro respondenta jeho nejposlouchanější, 100 daná stanice není pro respondenta jeho nejposlouchanější.

Struktura respondentů pro jednotlivé stanice odpovídá struktuře publika podle posledních výsledků Radio Projektu z hlediska zastoupení pohlaví, věkových skupin, vzdělání a velikosti místa trvalého bydliště.

V případě celoplošných stanic podobně rovnoměrné regionální členění.

Zastoupení kraj .

Délka dotazníku cca 20 minut, 2 - 3 otevřené otázky, baterie 15 zvukových ukávek hudebních stylů (délka jedné ukávky cca 15 sekund).

Výstup (v elektronické podobě): Tabulky 2. stupně třídění podle kvótních kritérií pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa trvalého bydliště (ve formátu xls.)

Závěrečná zpráva ve formě PowerPoint prezentace.

Osobní prezentace v místě sídla zadavatele.

Data ve formátu SPSS.

3) Standardní dotazníkové šetření on line - CAWI

Toto je zaměřené na zjištění pravdivosti podobné struktury publika (specificky publika stanic vysílajících na Internetu), mediální chování, programové preference a hodnotové orientace posluchače .

V rámci elektronického dotazníku může být umístěno i posuzování krátkých audio nebo audio-vizuálních ukávek nebo obrazového materiálu.

Modelový příklad: Ro Radio Wave, Ro D-dur

Metoda CAWI

Výběr respondentů z databáze online panelu N=400, z toho 200 respondentů pro každou z uvedených stanic.

Délka dotazníku cca 20 minut, 2 - 3 otevřené otázky, pro každou stanici posuzování audiovizuální programové upoutávky v délce do 3 minut.

Výstup (v elektronické podobě): Tabulky 2. stupně třídění podle kvótních kritérií pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa trvalého bydliště (ve formátu xls.)

Závěrečná zpráva ve formě PowerPoint prezentace.

Osobní prezentace v místě sídla zadavatele.

Data ve formátu SPSS.

4) Deníkové šetření

Součástí je:

- a) zavádění dotazníkové šetření (podrobnější identifikace a postojové charakteristiky respondentů) formou face to face (optimálně CAPI), 4 - 5 otevřených otázek, délka dotazníku cca 30 minut
- b) záznam poslechu vybrané stanice Ro formou deníku (tvrz hodinový profil poslechu podpořený po ady) a hodnocení poslouchaných po ad po dobu tří týdnů

Modelový příklad deník posluchače Ro Brno po dobu tří týdnů .

Kvótní výběr posluchače Ro Brno: N = 400,

z toho 100 pravidelní posluchači, poslech minimálně 4 dny v týdnu a Ro Brno je pro respondenta jeho nejposlouchanější stanice,

100 pravidelní posluchači - poslech minimálně 4 dny v týdnu a Ro Brno není pro respondenta jeho nejposlouchanější stanice,

200 a méně pravidelní posluchači - poslech Ro Brno 2 - 4 dny v týdnu

Muži 40%, Ženy 60%;

věk: do 40 let 10%, 41-50 let 20%, 51-60 let 30%, 61 - 75 let 40%;

vzdělání: pouze základní 15%, střední bez maturity 50%, střední s maturitou 25%, vysokozkolské 10%

velikost obce trvalého bydliště : do 1000 obyvatel 20%, 1000 - 4 999 obyvatel 30%, 5000 - 19 999 obyvatel 15%, 20 000 - 99 999 obyvatel 15%, 100 000 a více obyvatel 20%. Jihomoravský kraj 60%, Zlínský kraj 40%.

Výstup (v elektronické podobě):

- a) Závadící dotazník: tabulky 2. stupně třídění podle kvótních kritérií pohlaví, věku, vzdělání, velikost místa trvalého bydliště, kraj (ve formátu xls.); zpráva ve formě PowerPoint prezentace; data ve formátu SPSS
- b) Deník: tabulky poslechu v jednotlivé dny a denní četnosti podle poslechu a hodnocení 1. a 2. stupně třídění podle kvótních kritérií pohlaví, kategorie poslechu (ve formátu xls.); zpráva ve formě PowerPoint prezentace; data ve formátu SPSS
- c) Osobní prezentace v místě sídla zadavatele

5) Testování hudebních titulů – Hall-testy

Jde o testování znalosti, líbivosti a ohranosti celkem 800 hudebních titulů na základě krátkých ukázek dodaných zadavatelem. Realizace technologií CAPI.

Modelový příklad Ro2 – Praha

N = 500

Kvótní výběr:

Pravidelně poslouchaná stanice (minimálně 4 dny v týdnu) : Ro2 50%, Frekvence 1 25%, Rádio Blaník 25%;

Pohlaví: muži 40%, ženy 60%;

Věk: do 40 let 30%, 41-59 let 30%, 60-75 let 40%;

Test probíhá ve všech lokalitách: Praha, Plzeň, Brno, Olomouc, Jihlava po 100 respondentech

Výstup (v elektronické podobě): tabulky 2. stupně třídění podle kvótních kritérií pohlaví, věku, vzdělání, velikost místa trvalého bydliště (ve formátu xls.)

Data ve formátu SPSS

6) Klasický kvalitativní výzkum – focus groups

Realizace standardních focus groups (dále FG) studií:

- rekrutace respondentů,
- realizace skupinových diskusí v trvání cca 90 minut,
- analýza, interpretace a prezentace výsledků.

Možnost sledování průběhu FG.

3 - 5 zástupců zadavatele v místě realizace a video stream pro sledování online s možností kontaktu s moderátorem v průběhu diskuse - min. 5 připojení.

Výstupy: videozáznam diskusí na DVD, zpráva ve formě PowerPoint prezentace v elektronické podobě pro zadavatele, osobní prezentace v místě sídla zadavatele.

Modelový příklad Ro Hradec Králové – Ztracení posluchačů

Ro Hradec Králové ztratil během posledního roku na území Královéhradeckého kraje zhruba 20 tisíc posluchačů v týdenním poslechu. Ztráty jsou pravděpodobně soustředěny v místech nad 20 tis. obyvatel.

Cíl výzkumu: zjistit příčiny odchodu posluchačů, identifikovat slabá místa programu stanice a navrhnout změny, které by omezily další ztráty a naopak získaly nové posluchače.

Realizace: tři FG po 10 respondentech, z toho 2 FG v Hradci Králové (posluchači z Hradce Králové a spádové oblasti do 30 km kolem krajského města) a po jedné v Náchodě a v Trutnově.

Výběrová kritéria:

Respondent přestal v Hradci Králové poslouchat v průběhu minulého roku. Předtím byl zvyklý poslouchat v Hradci Králové minimálně 3 dny v týdnu alespoň 2 hodiny v poslechové době.

V každé skupině: muži 5, ženy 4; věk: do 50 let 3 respondenti, 51 - 60 let 3 respondenti, 61 let a více 3 respondenti; vzdělání: 3 respondenti základní s vyučením, 4 respondenti střední s maturitou, 2 respondenti vysokozkolské. Tolerance +/- 1 respondent v jednotlivých kategoriích v každé skupině.

7) Kvalitativní výzkum online

Realizace kvalitativních výzkumných studií v kategoriích uvedených v zadávací dokumentaci. Realizace zahrnuje

- rekrutace respondentů,
- realizace skupinových diskusí a dalších metod a technik kvalitativního výzkumu
- analýza, interpretace a prezentace výsledků.
- video stream pro sledování online s možností přímého kontaktu s moderátorem diskusí v průběhu diskuse - min. 5 připojení.

Výstupy: videozáznam diskusí, záznamy deníkových metod, komunitní a blogové komunikace, zpráva ve formě PowerPoint prezentace včetně doporučení pro zadavatele, osobní prezentace výsledků v místě sídla zadavatele.

Modelový příklad - preference posluchačů Rádía Wave a návštěvnického webových stránek, kteří používají mobilní připojení (mobilní telefon, tablet). Focus Groups online typu Chat.

Cílem výzkumu je:

- Získání podkladů pro rozhodování o podobě mobilního webu Rádía Wave a mobilních aplikací, na které by se Rádío ve své nabídce mělo zaměřit.
- Hodnocení aktuální verze mobilního webu Rádía Wave.
- Zjištění diferencí v preferencích jednotlivých podskupin uživatelů mobilního webu

Realizace: tři FG po 9 respondentech

Kritériem pro výběr respondentů je poslech Rádía Wave - minimálně jednou v týdnu alespoň jednu hodinu v období nejméně půl roku a návštěva webu Rádía Wave s využitím mobilního připojení minimálně jednou za dva týdny.

V každé skupině: muži 5 - 6, ženy 3 - 4; věk: 18-25 let 4, 26-35 let 5; vzdělání střední s maturitou nebo bez maturity 3-4, vysokozkolské (i nedokončené - studenti VŠ) 5-6; k návštěvě webu užívá - mobilní telefon 4, tablet 3, mobil i tablet 2.

Tolerance +/- 1 respondent v jednotlivých kategoriích v každé skupině.

Délka diskuse 90-100 minut.