

A helyi média és egyéb informálódási szokások ismerete céljából 3 komoly, referenciákkal is rendelkező közvélemény-kutató céggel vettük fel a kapcsolatot. A megadott ajánlatok könnyebb áttekintése érdekében rövid összefoglaló készült, amely tartalmazza az ajánlatok főbb elemeit.

1. Ipsos Marketing

- módszertani szempontra hivatkozva 500 fős mintát javasol – reprezentatív felmérés
- célcsoport **15-65 éves korosztály** (14 évesek esetében szülői engedély kell, ez feletti korosztály javasolt)
- módszer: **személyes papírral történő megkérdezés**
- **kérdőív 10 perces**
- kutatás ideje – **23 munkanap 500 fő esetén**
- költség – **500 fő esetén 1.415.000 Ft+ÁFA**
- vizsgálati szempontok:
 - informálódási szokások
 - Média használati preferenciák
 - mely média típusokat használják különböző célra (pl. gyors tájékozódási lehetőség)
 - generációk közötti médiahasználati és kommunikációs különbségek felderítése
 - kommunikációs platformok

2. NRC

- vizsgálati szempontok:
 - melyik csatornák milyen széles réteget érnek el
 - melyik csatornákon lehet eljuttatni a leggyorsabban az információt a lakossághoz
 - milyen csatornákon keresztül tájékozódnak a fiatalok ill. az idősebb korosztály
 - érdeklődés a helyi események, a helyi városi élet iránt
 - lakosság elvárásai a helyi közérdekű információk eljuttatásáról
 - jelenlegi elégedettségük a tájékoztatásról (pozitívumok és negatívumok feltárása, ötletgyűjtés a hiányosságok javítására)
 - helyi médiumok használata (helyi TV, rádió, újság, oroszlanói honlapok látogatása, helyi közösségi oldalak követése)
- kutatási megoldás:
 - **kvantitatív kutatás** keretében egyes csatornák használatának számszerűsítése – ebben az esetben 10 perces személyes kérdőív kitöltése – 16 év feletti (500 vagy 1000 fő)

- **kvalitatív kutatás** – 2 db mini fókuszcsoportok kialakítása 5-6 fős (idősebb és fiatalabb korosztályos csoportok) 90 perces beszélgetések – 18 év feletti lakosok
- kutatás időtartama: **kvalitatív szakasz 15 munkanap**
- kutatás időtartama: **személyes kérdőív 500 fő esetén 22 munkanap, 1000 fő esetén 27 munkanap**
- kutatás költségei: kvalitatív kutatás 2 db mini fókuszcsoport 640.000 Ft + áfa
- 500 fős kérdőíves lekérdezés 1.500.000 Ft +áfa
- 1000 fős személyes lekérdezés 2.550.000 Ft +áfa

3. Szinapszis

- módszer: **személyes adatfelvétel** véletlen sítés módszertannal, adatfelvétel eszközhasználatlalt történik (tablet, notebook)
- kérdőív 15/25 perc hosszú
- 1000 fő
- 14-65 év korosztály
- költség: 15 perc 2.750.000+áfa, 25 perc 3.150.000 Ft+áfa
- kutatás időtartama: **6 hét**
- kiválasztási módszer – első lépésben házát, házón belül háztartást, végül háztartás tagjai közül egy fiatalabb és egy idősebb személyt kérdeznek meg, utána 3 ház kimarad és a 4. házban folytatódik az adatfelvétel. minden 4. lakásban lehet kérdezni.
- felmérés témái, lehetséges kérdéskörök:
 - város lakosságának sugárzott és írott sajtó ismerete (milyen médiákat ismer, milyen rendszeresen tájékozódik helyi témákban, nyomon követi a város eseményeit, városvezetési tevékenységet)
 - tájékozódásra használt csatornák, platformok (milyen gyakran használ internetet, aktív használója a közösségi oldalaknak, nyomon követi a helyi írott sajtót és sugárzott médiákat)
 - elvárások a városvezetés kommunikációjával kapcsolatosan (milyen elvárások, melyek a preferenciák és alkalmas felkeresési csatornák)
- kutatás időtartama: **15 perces kérdőív 30 munkanap, 25 perces kérdőív 36 munkanap**
- kutatás költségei: **15 perces kérdőív 2.750.000 +áfa, 25 perces kérdőív 3.615.0000 +áfa**

Oroszlány, 2015. július 28.