

Opis predmetu zákazky

Predmetom zákazky je sociologický prieskum: „**Povedomie Bratislavčanov o verejných trhoviskách v Bratislave**“ ako výstupy projektu CENTRAL MARKETS. Predmet zákazky bude financovaný z rozpočtu mesta Bratislava a následne refundovaný prostredníctvom Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci projektu REVITALISING AND PROMOTING TRADITIONAL MARKETS IN CENTRAL EUROPE (ďalej len „CENTRAL MARKETS“) z programu CENTRAL EUROPE. Počas obdobia spracovávanía výstupov sa budú konať aj koordinačné stretnutia obstarávateľa a dodávateľa tak, aby obstarávateľ mal prehľad o napredovaní prác, pričom cenu za tieto stretnutia uchádzač zahrnie už do svojej ponuky.

Sociologický prieskum: „**Povedomie Bratislavčanov o verejných trhoviskách v Bratislave**“
Cieľom prieskumu je zmapovať povedomie Bratislavčanov o verejných trhoviskách a zároveň vyhodnotiť nakoľko sú obyvatelia spokojní s ich ponukou a kvalitou poskytovaných služieb. Prieskum by mal zistiť, aké asociácie sa Bratislavčanom spájajú s verejnými trhoviskami a akým spôsobom sú vnímané v návaznosti na sociodemografické znaky (vek, pohlavie, mestská časť) respondentov. Prieskum vyhodnotí, aké rozdiely existujú vo vnímaní jednotlivých verejných trhovísk.

Základné okruhy merania:

- a) Meranie znalosti verejných trhovísk v Bratislave (spontánna a podporená znalosť jednotlivých trhovísk)
- b) Meranie vyťaženia jednotlivých verejných trhovísk v Bratislave
- c) Meranie vyťaženia jednotlivých verejných trhovísk obyvateľmi jednotlivých mestských častí Bratislavy
- d) Globálne vnímanie verejných trhovísk v Bratislave (Mind map: spontánne asociácie, priradenie emočných a racionálnych atribútov)
- e) Rozdiely vo vnímaní jednotlivých verejných trhovísk v Bratislave
- f) Rozdiely vo vnímaní jednotlivých verejných trhovísk obyvateľmi jednotlivých mestských častí Bratislavy
- g) Meranie spokojnosti (index spokojnosti) obyvateľov Bratislavy so službami verejných trhovísk v Bratislave (kvalita, služby, ponuka ...)
- h) Výhody resp. nevýhody nakupovania na verejných trhoviskách v porovnaní s nakupovaním v klasických obchodoch a nákupných centrách
- i) zisťovanie, aké služby obyvateľom na trhoch chýbajú a čo by bola hlavná motivácia, aby trhy navštevoval
- j) Zisťovanie objemu finančných prostriedkov, ktoré návštevníci trhov mňajú a potenciálu, ak by sa rozšírili služby, resp. sortiment a kvalita tovaru

Súčasťou dotazníka je zisťovanie **sociodemografických znakov**: vek, pohlavie, mestská časť

Typ prieskumu a požadovaná metóda na zber údajov

- Kvantitatívny prieskum
- Metóda CATI (telefonické dopytovanie)

- Dopytovanie školeným operátorom (anketárom) na základe štandardizovaného dotazníka (dotazník vypracuje dodávateľ prieskumu a odsúhlasí obstarávateľ ešte pred začiatkom zberu dát)
- Osobný dotazník na minimálne štyroch lokálnych trhoch v Bratislave, počet otázok 20
- Vypracovanie návrhu otázok pre dotazník, ktorý bude umiestnený na stránke www.bratislava.sk (dotazník si vyhodnotí obstarávateľ)
- Obsah a forma dotazníkov bude odsúhlasená zadávateľom zákazky.

Cieľová skupina a vzorka

- Veľkosť vzorky: 2000 respondentov – telefonický prieskum
- 4x250 – osobný prieskum na lokálnych trhoch v Bratislave
- Požadované zloženie respondentov: obyvatelia Bratislavy vo veku 15 až 75 rokov s rovnomerným zastúpením všetkých mestských častí Bratislavy, pohlaví a vzdelania
- Obsah a forma dotazníkov bude odsúhlasená zadávateľom zákazky.

Časový harmonogram

Príprava dotazníka Telefonické a osobné dopytovanie Čistenie dát Logická kontrola dát	15 pracovných dní
Štatistické spracovanie dát Vypracovanie správy z prieskumu + odporúčania	5 pracovné dni
Spolu dní	20 pracovných dní

Obsah a forma dotazníkov bude odsúhlasená zadávateľom zákazky.

Požiadavky na výsledné dokumenty:

- každý výsledný dokument bude odovzdaný v 2 (slovom dvoch) farebných výtlačkoch,
- každý výsledný dokument bude odovzdaný v digitálnom formáte PDF a aj v editovateľnom formáte (open dokument) na CD/DVD nosiči,
- spolu s výslednými dokumentmi budú v elektronickej forme odovzdané aj všetky dáta a vstupy, ktoré boli využívané pri tvorbe výsledných dokumentov,
- každý výsledný dokument musí spĺňať požiadavky publicity Operačného programu CENTRAL EUROPE