

Ljubljana, 12. 9. 2018

Izvedba raziskave o pričakovanjih uporabnikov Radia Maribor

Povabilo k oddaji ponudbe

Radiotelevizija Slovenija, javni zavod, Regionalni RTV center Maribor vas vabi k oddaji ponudbe za **izvedbo raziskave o pričakovanjih uporabnikov Radia Maribor**.

Ponudba naj vključuje izvedbo raziskave in ponovitev le te v obdobju dveh let po zaključku prve.

Ponudbe v treh izvodih (en original in dve kopiji) morajo biti poslane v zaprtih kuvertah na naslov:

Javni zavod RTV SLOVENIJA, KOLODVORSKA 2, 1000 LJUBLJANA, s pripisom: »**NE ODPIRAJ - ZA RAZPIS - PONUDBA ZA RAZISKAVO O PRIČAKOVANJIH UPORABNIKOV RADIA MARIBOR**.

Na kuverti mora biti napisan polni naslov ponudnika. Vaše ponudbe pričakujemo na naslov: RTV Slovenija, Kolodvorska 2, 1550 Ljubljana **do dne, 20. 09. 2018**.

Navodilo ponudnikom za izdelavo ponudbe

1. NAROČNIK RAZISKAVE:

RTV Slovenija, Kolodvorska 2, 1550 Ljubljana

Identifikacijska številka za DDV: SI29865174;

Matična številka: 5056497

2. PREDMET RAZISKAVE

Raziskava bo uporabljena za:

- prepoznavnost RA Maribor
- razumevanje pričakovanj občinstva in zadovoljstva z vsebinami RA Maribor
- razvoj smernic RA Maribor v prihodnosti

3. MAKSIMALNA VREDNOST RAZISKAVE: 20.000 EUR + DDV

Ponudbe bo ocenjevala s strani generalnega direktorja pooblaščen strokovna komisija. Odločitev o oddaji naročila bo izdal generalni direktor Javnega zavoda RTV Slovenija.

Izbrani ponudnik mora poslati pisno izjavo, da bo pristopil k podpisu pogodbe v roku 8 dni od sprejema odločitve o oddaji naročila.

4. TERMINSKI NAČRT

- 12. 9. 2018 – poziv za oddajo ponudb
- 20. 9. 2018 – oddaja ponudb
- 25. 9. 2018 – oddaja naročila
- 26. 9. 2018 do 24. 10. 2018 – izvajanja raziskave izvajanje raziskave
- 30. 10. 2018 – rezultati in predstavitev rezultatov raziskave

5. METODOLOGIJA

FAZA kvalitativna raziskava

Organizacija in izvedba 5-8 skupinskih diskusij z udeleženci in udeleženkami različnih starostnih skupin, ki bodo potekale na območju slišnosti Radia Maribor. Struktura udeležencev v posamezni diskusiji mora biti izbrana med udeleženci, ki prepoznavajo RA Maribor, na osnovi sociodemografskih kriterijev, tako da v posamezni diskusiji sodelujejo udeleženci podobne starostne strukture in so ločene na urbano in ruralno območje.

Podatki, pridobljeni pri kvalitativni fazi, naj bodo uporabljeni tudi pri zasnovi kvantitativnega vprašalnika.

6. SMERNICE ZA RAZISKAVO

(priloga: Osnutek ključnih vsebinskih sklopov in vprašanj)

- a. Kakšna je prepoznavnost RA Maribor med poslušalci
- b. Kdo so poslušalci RA Maribor
- c. Kakšna so pričakovanja poslušalcev RA Maribor
- d. Kako so poslušalci RA Maribor zadovoljni s programsko ponudbo
- e. Kaj poslušalci RA Maribor pogrešajo v programski ponudbi
- f. Kako pritegniti mlajše poslušalce
- g. Opredelitev prednosti/pomanjkljivosti v primerjavi s konkurenco oz. komercialnimi radijskimi postajami
- h. Prihodnost RA Maribor

FAZA telefonsko anketiranje kvantitativna raziskava

Raziskava mora biti izvedena s pomočjo računalniško podprtega telefonskega/spletnega anketiranja, število anketiranih = 1.000 oseb starih 10 do 75 let v območju slišnosti RA Maribor, vzorec reprezentativen glede na spol, starost, izobrazbo.

Vprašalnik za izvedbo telefonskega in spletnega anketiranja mora biti pripravljen v sodelovanju z naročnikom in mora zajemati zgoraj našete smernice za raziskavo in osnutka ključnih vsebinskih sklopov in vprašanj ter vse pomembnejše sociodemografske podatke (spol, starost, izobrazba, dohodki,...)

7. RAZDELITEV NALOG

Naloge raziskovalne agencije:

- priprava in vodenje projekta
- priprava vprašalnika v tesnem sodelovanju z naročnikom
- priprava vzorca
- nabor in izobraževanje anketarjev
- izvedba anketiranja
- kontrola dela anketarjev in vprašalnikov
- vnos in čiščenje podatkov
- obdelava podatkov
- priprava tabelarnega ali poglobljenega poročila v slovenščini
- priprava prezentacije in izvedba prezentacije pri naročniku

Naloge naročnika

- potrditev projekta
- podrobna opredelitev namena in ciljev projekta
- sodelovanje pri pripravi vprašalnika
- potrditev vprašalnika
- sodelovanje pri kompleksnejših analizah podatkov

8. REZULTATI RAZISKA VE

Po zaključenem terenskem delu raziskave mora biti pripravljeno poročilo. Poročilo mora vsebovati predstavitev vseh rezultatov v tabelarni ali grafični obliki in interpretacijo dobljenih rezultatov ter zaključke in priporočila naročniku. Vsebovati mora tudi sociografsko segmentacijo (segmentacijo gledalcev glede na starost, spol, izobrazbo, ruralno in urbano območje, ...). Naročnik se lahko naknadno, na podlagi vsebine vprašalnika odloči tudi za druge oblike segmentacije anketirancev, na primer za segmentacijo na vedenjski osnovi ali za segmentacijo na psihografski osnovi. Rezultati morajo biti prikazani v prezentaciji pred naročnikom.

9. PONUDBA

Skladno z metodologijo družboslovnega raziskovanja, običaji in pravili stroke raziskovalnega dela mora ponudba vsebovati naslednje elemente:

- namen in cilje raziskave,
- spremenljivke oz. (osnovni) vsebinski sklopi glede na definirane pričakovane cilje raziskave,
- opredelitev enot raziskovanja,
- opredelitev načina vzorčenja podatkov,
- časovni načrt izpeljave srečanj fokusnih skupin oz. anketnega merjenja, tj. čas za priprave in načrtovanje, čas za izpeljavo, čas za analizo in čas za poročilo ter okvirni datumi in čas potreben za izvedbo fokusnih skupin oz. izvedbo anketnega merjenja,
- načrtovanje kraja izvedbe fokusnih skupin,
- načrt zbiranja podatkov,

- načrt statistične obdelave podatkov ter
- morebitne omejitve raziskave.

10. POJASNILA K DOKUMENTACIJI

Ponudnik lahko dobi pojasnila k dokumentaciji v zvezi z oddajo ponudbe na elektronskem naslovu:

- za vsebinska vprašanja: robert.levstek@rtvslo.si
- za strokovna vprašanja: barbara.zemljic@rtvslo.si

RADIOTELEVIZIJA SLOVENIJA
javni zavod

Robert Levstek, l. r.
odgovorni urednik RA Maribor

Matej Žunkovič, l. r.
vodja reg. RTV centra Maribor

Igor Kadunc, l. r.
generalni direktor RTV Slovenija

Priloga: OSNUTEK KLJUČNIH VSEBINSKIH SKLOPOV IN VPRAŠANJ RAZISKAVE

1. Splošno - struktura ter geografsko in socialno okolje

- Struktura poslušalcev - koga nagovarjamo (starost, spol, izobrazbena struktura, prihodek ...)
- Razporeditev poslušalstva – razmerje urbano – ruralno (večja središča: Maribor, Ptuj, Slovenska Bistrica, Gornja Radgona, Ljutomer, Ormož, Ruše, Radlje ob Dravi, Slovenj Gradec)
- Opredeliti najmočnejša / najšibkejša območja poslušalnosti znotraj regije?

2. Asociacije

- Na kaj najprej pomislite ob besedni zvezi »Radio Maribor«? Katere misli, čustva, občutke, ideje, spomine, torej kakršne koli asociacije imate na to besedno zvezo?
- Na kaj najprej pomislite ob besedni zvezi "moj radio"?
- Na kaj najprej pomislite ob besedni zvezi "regionalni radijski program«? Katere misli, čustva, občutke, ideje, spomine, torej kakršne koli asociacije imate na to besedo? Moderator spontane navedbe zapisuje na tablo.

3. Prepoznavnost Radia Maribor

- Prepoznavnost programa – zakaj vas pritegne / ne pritegne?
- Prepoznavnost voditeljev/voditeljic in novinark/novinarjev?
- Kdo so voditelji jutranjega programa?
- Kaj vas razveseljuje / moti v glasbeni ponudbi Radia Maribor?

4. Ponudba Radia Maribor

- Poslušanost jutranjega programa Radia Maribor?
- Prepoznavnost posameznih oddaj in rubrik (Radijska tribuna, V dobri družbi, Top 17, Otroški radijski studio, Mladi mladim, Šport na Radiu MB, Valovanje besed, Umetnost zdravi-kultura lajša, Minute za zdravje, Verska oddaja Iz roda v rod, Spominčice ...)?
- Zadovoljstvo s ponudbo informativnih oddaj – zastopanost krajevnih /regionalnih/ informacij?
- Veste, da se Radio Maribor ob petkih neposredno oglašča iz različnih krajev Štajerske, Koroške in Prekmurja?
- Kaj pogaša mlajša populacija poslušalcev? (priporočamo bolj podrobno razdelitev: voditelji, vsebina in njihova implementacija tudi na drugih platformah)

5. Percepcija Radia Maribor

- Radio Maribor kot ustanova je _____.
- Za prebivalce štajerskega dela Slovenije je Radio Maribor kot ustanova nepogrešljiva, ker _____.
- Pri Radiu Maribor najbolj cenim _____.
- Radiu Maribor najbolj zamerim _____.
- Med vsem, kar mi ponuja Radio Maribor me najbolj pritegne _____.
- Med vsem, kar mi ponuja Radio Maribor me najbolj odbija / odvrača _____.
- Radio Maribor poslušam, razen ko _____.

- Na Radiu Maribor najbolj pogrešam _____.
- Radiu Maribor priporočam _____.
- Radio Maribor bi poslušal če bi _____.

6. Podrobno o zadovoljevanju potreb poslušalcev / uporabnikov Radia Maribor

- Katere vsebine vas najbolj pritegnejo na Radiu Maribor?
- Katere druge vsebine pa vas še pritegnejo na Radiu Maribor?
- Katere prispevke in novinarske izdelke najpogosteje pričakujete na Radiu Maribor?
- Katere vsebine pa bi rekli, da so na splošno najbolj poznane na Radiu Maribor? Zakaj menite, da ravno te?
- Lahko poveste, katere oddaje poslušate ali jih poznate na Radiu Maribor? (tu je potrebno sugerirati posamezne oddaje za katere pričakujemo odziv)
- Kaj oz. katere so največje prednosti Radia Maribor v primerjavi s konkurenco?
- Kaj oz. katere so največje pomanjkljivosti Radia Maribor v primerjavi s konkurenco?
- Ali obstaja kakšen mit o Radiu Maribor – kaj, kar ste o njem slišali, pa vi mislite ali veste, da ni res?
- Kako pa vi vidite prihodnost Radia Maribor oziroma javnega radia, ki se financira skozi RTV prispevek, ki ga plačujete?
- V kolikor bi imeli vi možnost, kaj bi svetovali vodstvu Radia Maribor?

7. Zaključek

- Ali je še kaj, česar vas v zvezi z Radiem Maribor nismo vprašali, pa se vam zdi pomembno in bi želeli to sporočiti?
- Bi si želeli ogledate prostore Radia Maribor in se osebno srečati z ustvarjalci programa ?

Maribor, 12. 9. 2018
Maribor

Robert Levstek, odgovorni urednik Radia