



Mediální
výzkumy



MML-TGI



Software



Ad-hoc
výzkumy



Vývoj
technologií

Velikonoce

11. 4. 2017

VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ A VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, VÝVOJ SOFTWARE

Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9,

tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101

e-mail: median@median.cz

Zpracováno exkluzivně pro:

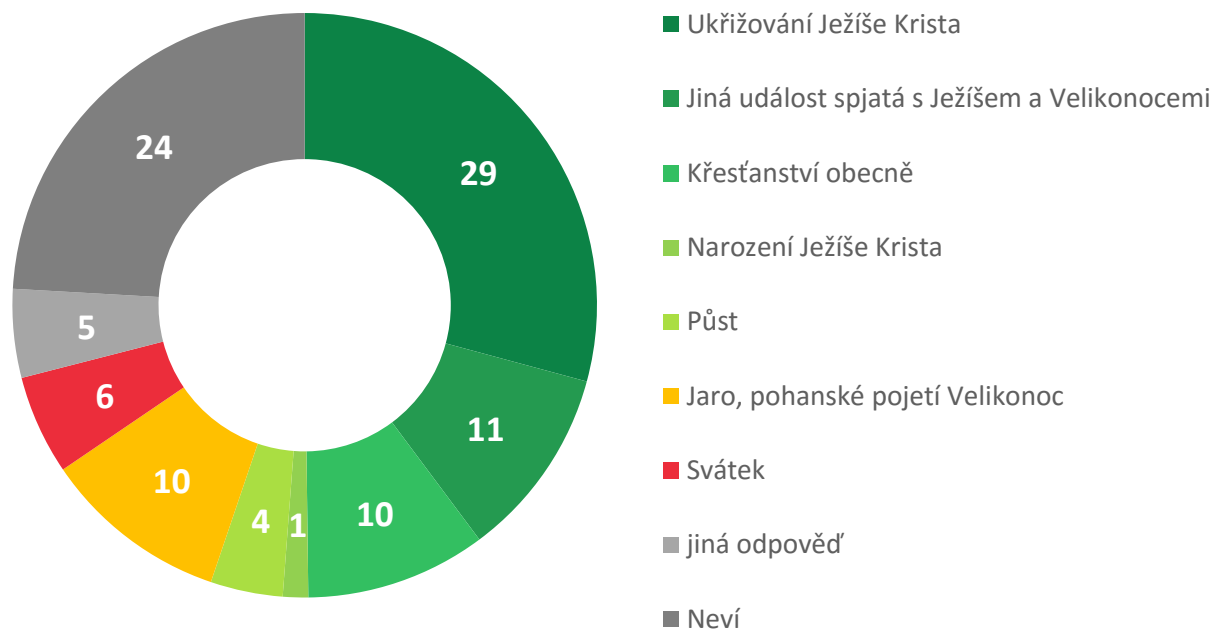
 **Český rozhlas**

Velikost vzorku	N = 1008 respondentů ve věku 18 a více let
Termín dotazování	7. 4. 2017 – 10. 4. 2017
Metoda sběru dat	Telefonické dotazování vyškolenými tazateli (CATI) N = 393 Osobní sběr vyškolenými tazateli (CAPI) N = 615
Výběr	CATI – náhodný výběr pevných a mobilních linek s kontrolou sociodemografických kvót respondentů CAPI – kvótní výběr
Reprezentativita	výzkum je reprezentativní pro populaci ČR 18+ podle: • základních sociodemografií (kraj, věk, pohlaví, vzdělání, velikosti obce) • ekonomického statusu, minulé volené strany a volby v 2. kole prezidentských voleb 2013 (dovážení dat)
Realizátor a zadavatel	výzkum realizovala společnost MEDIAN s.r.o. (člen SIMAR) exkluzivně pro Český rozhlas
Statistická chyba	Náhodná statistická odchylka činí +/- 1,5 procentního bodu u postojů, které zastává 5 % respondentů až +/- 3,5 procentních bodů u postojů, které zastává 50 % respondentů.
Kontroly	V osobním sběru je kontrolováno min. 30 % rozhovorů pomocí kontroly nahrávek CAPI a zpětného kontaktování respondentů. CATI sběr je kontrolován pomocí náslechnů rozhovorů.



VELIKONOČNÍ SVÁTKY

Jakou událost připomíná Velký pátek?

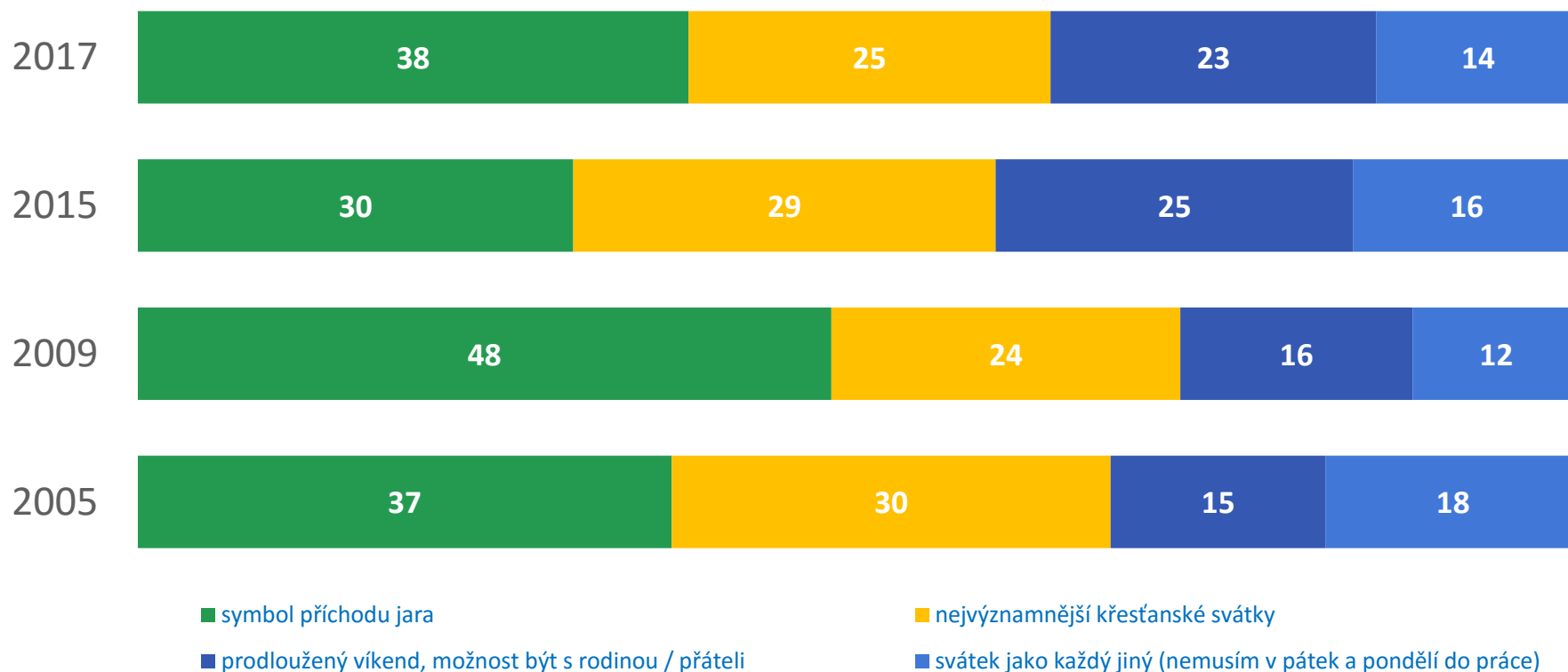


OT00. Jakou významnou událost podle Vás připomíná velikonoční svátek VELKÝ PÁTEK?

Správně na otázku co připomíná velikonoční svátek Velký pátek odpověděla necelá třetina dotázaných (29 %) a dalších 11 % lidí si spletlo události jiného velikonočního dne (např. zmrtvýchvstání, poslední večeře). Desetina respondentů vzpomněla na Velký pátek jako křesťanský svátek obecně. Správně, tedy že si připomínáme ukřižování Krista, odpovídaly častěji ženy (34 %) než muži (24 %) a také vysokoškoláci (45 %). Na ukřižování Krista si správně vzpomnělo 44 % lidí, kteří chápou Velikonoce jako křesťanský svátek.

N = 1008; otevřená otázka

Velikonoce jsou především...

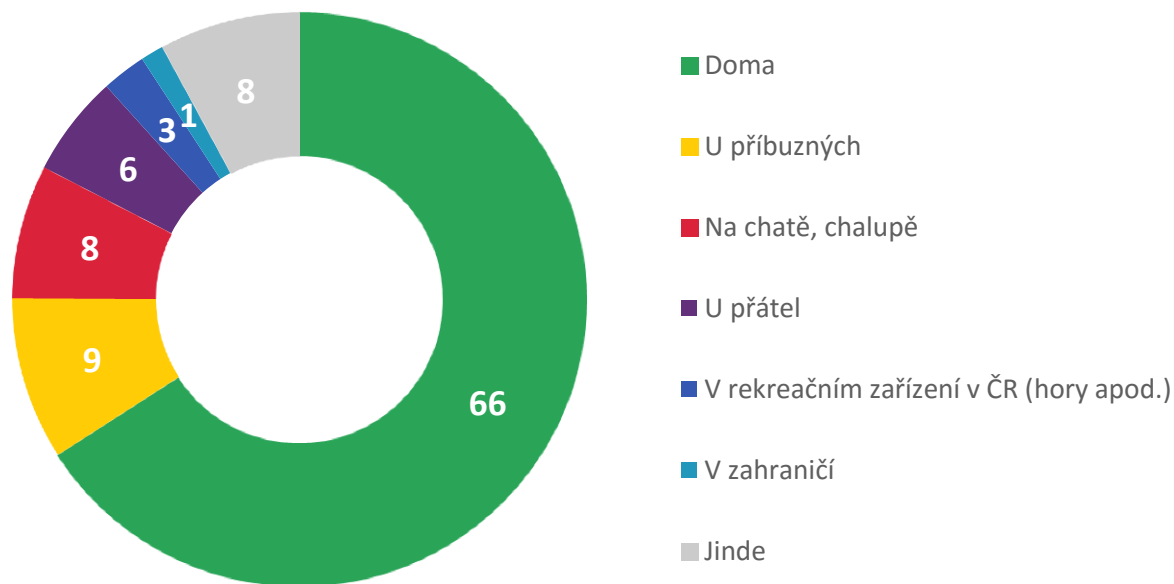


OT01. Čím jsou pro Vás osobně Velikonoce především?

Nejčastěji vnímají lidé Velikonoce jako symbol příchodu jara. Toto vnímání bylo silné v roce 2009, oslabilo v roce 2015 a letos i přes zavedení Velkého pátku jako svátku oproti roku 2015 spíše posílilo. Viditelná je souvislost hodnocení s počasím – v roce 2009 byly Velikonoce v polovině dubna a předcházely teploty až 20 stupňů. V roce 2015 na začátku dubna a předcházely teploty okolo 8 stupňů, včetně sněžení. Letos je atmosféra opět „jarnější“. Častěji Velikonoce jako symbol jara vidí starší lidé (nad 60 let 46 %), zatímco mladší a ekonomicky aktivní lidé vidí svátky jako příležitost být s rodinou a přáteli. Velikonoce vnímá jako oslavu nejvýznamnějšího křesťanského svátku pouze čtvrtina populace, častěji lidé nad 60 let (33 %) a vysokoškoláci (31 %).

N = 1008

Místo, kde budou lidé trávit Velikonoce



OT02. Kde budete (plánujete) trávit letošní Velikonoce (alespoň z hlavní části)?

Místo trávení Velikonoc nejvíce ovlivňuje to, v jak velké obci člověk bydlí. Doma zůstává většina obyvatel menších a středních obcí (do 20 000 obyvatel kolem 70 %), zatímco lidé z větších měst (nad 20 000 obyvatel) vyrazí k příbuzným (14 %), případně lidé z velkoměst (nad 100 000 obyvatel) na chaty a chalupy (13 %). Dalším faktorem, který ovlivňuje to, kde lidé Velikonoce tráví je jejich pracovní status. Doma zůstává většina důchodců (83 %), za příbuznými nejčastěji vyrazí studenti (19 %) a na chaty a chalupy vyrazí nejčastěji ekonomicky aktivní (zaměstnanci i OSVČ 9 %).

N = 1008



STRUKTURA VZORKU

Struktura vzorku – Sociodemografie I

	%
Pohlaví	
Muž	49
Žena	51
Věková skupina	
18 – 29 let	17
30 – 44 let	30
45 – 59 let	24
60 let a více	29
Dosažené vzdělání	
Základní	13
Vyučen/ Střední škola bez maturity	35
Středoškolské s maturitou	35
Vysokoškolské	17

Struktura vzorku – Sociodemografie II

	%
VMB	
do 999 obyv.	17
1000 – 4999 obyv.	22
5 000 – 19 999 obyv.	19
20 000 – 99 999 obyv.	21
100 000 a více obyv.	21
Region	
Praha	12
Středočeský	13
Jihočeský	6
Plzeňský	5
Karlovarský	3
Ústecký	9
Liberecký	4
Královéhradecký	6
Pardubický	5
Vysočina	5
Jihomoravský	10
Olomoucký	5
Zlínský	5
Moravskoslezský	12

O nás

MEDIAN, s.r.o je nezávislá soukromá společnost pro výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj analytického a marketingového software. Společnost působí na trhu od roku 1993 a realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a veřejného mínění, včetně oficiálních mediálních měření a MML-TGI.

Garance kvality

MEDIAN je členem odborných sdružení:

SIMAR
ESOMAR
TGI Network
American Marketing Association.

Kontakt

Daniel Prokop
gsm: 608 333 902
daniel.prokop@median.cz

MEDIAN
Národních hrdinů 73
Praha 9, 190 12
www.median.cz
Tel: + 420 225 301 111

