

Zaostřeno
... na výsledky!

www.focus-agency.cz



Obraz Brna v názorech obyvatel České republiky

Závěrečná zpráva ze sociologického výzkumu

pro Magistrát města Brna

B | R | N | O

OBSAH

OBSAH	2
1 CÍLE PRŮZKUMU	3
2 DESIGN PRŮZKUMU	3
3 VÝSLEDKY ŠETŘENÍ	6
3.1 Znalost Brna a vztah k němu	6
3.2 Image města Brna	11
3.3 Asociace s Brnem	20
3.4 Asociace s Brnem v kontextu ostatních krajských měst	23
4 SHRUTÍ HLAVNÍCH ZJIŠTĚNÍ	28

1 CÍLE PRŮZKUMU

Společnost FOCUS – centrum pro sociální a marketingovou analýzu realizovala reprezentativní sociologický průzkum na cílové populaci dospělých osob ve věku 18 a více let ČR, jehož zadavatelem byl Magistrát města Brna.

Hlavní výzkumné otázky:

1. Identifikace intenzity znalosti města Brna v dospělé populaci ČR
2. Zjištění úrovně sympatií k městu Brnu
3. Analýza image města Brna
4. Analýza asociací obyvatel ČR s městem Brnem

2 DESIGN PRŮZKUMU

Výzkum byl realizován jako terénní dotazníkové šetření na reprezentativním vzorku české populace ve věku 18 a více let. Sběr byl realizován na základě kvótního výběru. Stanovenými kvótními znaky byly pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání, velikost sídla a kraj bydliště respondenta.

- Populace: populace ČR ve věku 18 a více let
- Výběr respondenta: kvótní výběr (viz výše)
- Metoda: CAPI standardizované F2F rozhovory tazatelů agentury FOCUS s respondenty za pomoci elektronického dotazníku, rozhovory probíhaly v domácnostech respondentů
- Nástroj sběru dat: dotazník obsahující uzavřené i otevřené otázky
- Termín sběru dat: 11. - 24. května 2017
- Velikost výběrového souboru: 1013 dotazníků
- Doba vyplnění: průměrně 14 minut

KONTROLA DAT

Získaná data byla agregována, datová matice byla podrobena formální a logické kontrole. Paralelně se sběrem a zpracováním dat probíhaly i zpětné kontroly pole. Tyto se realizovaly telefonicky i v domácnostech dotázaných. Každému tazateli bylo zkontrolováno 60 % náhodně vybraných dotazníků.

Tabulka č. 1: Struktura výběrového souboru

POHLAVÍ	% (rel. hodnoty)	N (absl. hodnoty)	% (kvóta)
ženy	52 %	522	52 %
muži	48 %	491	48 %
celkový součet	100 %	1013	100 %

VZDĚLÁNÍ	% (rel. hodnoty)	N (absl. hodnoty)	% (kvóta)
základní vč. neukončeného	16 %	165	16 %
střední vč. vyučení (bez maturity)	36 %	360	36 %
středoškolské	34 %	345	34 %
vysokoškolské	14 %	143	14 %
celkový součet	100 %	1013	100 %

VĚK	% (rel. hodnoty)	N (absl. hodnoty)	% (kvóta)
18 - 24 let	11 %	111	11 %
25 - 34 let	19 %	189	18,5 %
35 - 44 let	19 %	192	18,5 %
45 - 54 let	16 %	164	16 %
55 - 64 let	17 %	174	17 %
65 a více let	18 %	183	19 %
celkový součet	100 %	1013	100 %

VELIKOST SÍDLA	% (rel. hodnoty)	N (absl. hodnoty)	% (kvóta)
do 4 999 obyvatel	37 %	376	38 %
5 000 - 19 999 obyvatel	18 %	179	18 %
20 000 - 99 999 obyvatel	22 %	220	21 %
100 000 a více obyvatel	23 %	238	23 %
celkový součet	100 %	1013	100 %

KRAJ	% (rel. hodnoty)	N (absl. hodnoty)	% (kvóta)
Praha	12 %	122	12 %
Středočeský kraj	12 %	122	12 %
Jihočeský kraj	6 %	60	6 %
Plzeňský kraj	5 %	53	5 %
Karlovarský kraj	3 %	28	3 %
Ústecký kraj	8 %	81	8 %
Liberecký kraj	4 %	40	4 %
Královéhradecký kraj	6 %	56	5 %
Pardubický kraj	5 %	48	5 %
Kraj Vysočina	4 %	45	5 %
Jihomoravský kraj	11 %	112	11 %
Olomoucký kraj	6 %	59	6 %
Zlínský kraj	6 %	59	6 %
Moravskoslezský kraj	13 %	128	12 %
celkový součet	100 %	1013	100 %

Zpráva z kvantitativního výzkumu obsahuje vedle tabulek a grafů rovněž textovou interpretaci důležitých zjištění. Interval spolehlivosti je maximálně $\pm 3,08$ % na hladině významnosti 95 % při 50% četnosti jevu.

Ve studii se pracuje s tzv. socioekonomickým statusem respondentů. Jedná se o mezinárodně používanou metodiku měření sociální a ekonomické pozice respondenta z hlediska více dimenzí, mezi něž patří: vzdělání, zaměstnání a pozice v něm a vybavenost domácnosti definovanými elektrospotřebiči a dalšími předměty. Výsledkem je 16 různých skupin, které byly následně kategorizovány do šesti hierarchicky uspořádaných úrovní:

- A: vysoce vzdělaní manažeři a odborníci
- B: střední manažeři
- C1: vysoce vzdělaní nemanuální zaměstnanci
- C2: kvalifikovaní pracovníci a nemanuální zaměstnanci
- D: manuální pracovníci, nižší odbornost u nemanuálních pracovníků
- E: polokvalifikovaní a nekvalifikovaní manuální pracovníci.

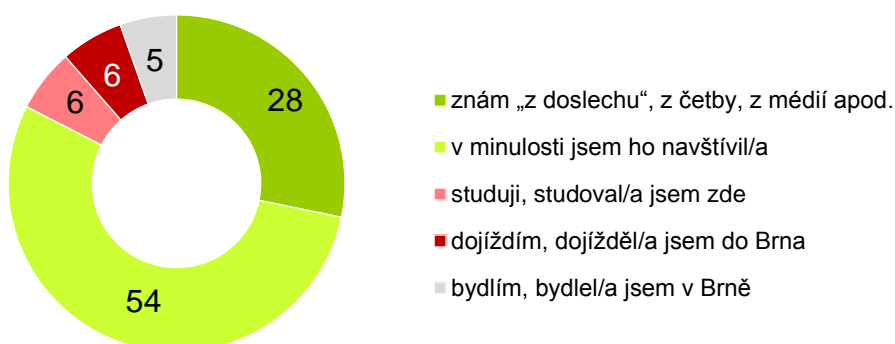
3 VÝSLEDKY ŠETŘENÍ

3.1 Znalost Brna a vztah k němu

Z celého reprezentativního vzorku dotázaných občanů ČR každý druhý respondent Brno v minulosti alespoň navštívil. Další přibližně šestina dotázaných má přímé vazby na město Brno: 5 % dotázaných zde bydlí nebo bydlelo v minulosti, 6 % osob zde studuje či zde v minulosti studovalo a taktéž 6 % osob zde dojíždí nebo dojíždělo. Zbývající více než čtvrtina dotázaných zná Brno pouze z doslechu (28 %).

Graf č. 1: Intenzita znalosti města Brna

Znění otázky: „Nyní se věnujme městu Brnu. Jak znáte toto město?“ (m1); v %, N = 1013, celý soubor

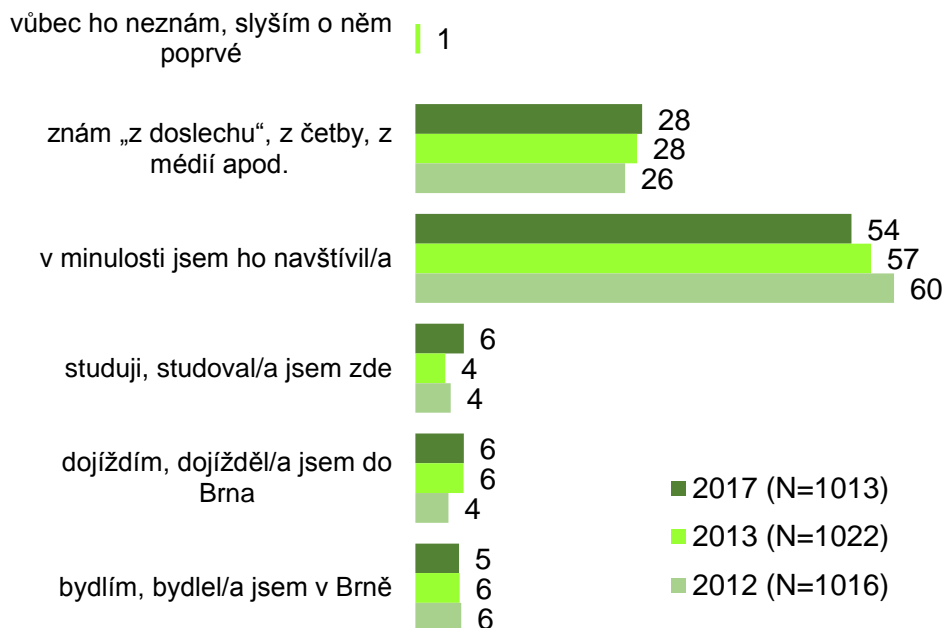


Z časového srovnání¹ je patrné, že intenzita znalosti města Brna se příliš nemění. Stále platí, že většina obyvatel ČR má zkušenost s městem Brnem založenou na zprostředkovaných informacích z médií, referencích blízkého okolí anebo na vzpomínkách na své předchozí návštěvy tohoto města. Přesto však dlouhodobě pozvolna klesá podíl osob, které Brno někdy v minulosti navštívily. Velmi mírně naopak narostl podíl osob, které v Brně studují nebo studovaly a aktuálně se dostal na 6 %. Bude zajímavé sledovat tento ukazatel dále v čase, nakolik se bude zvyšovat vzhledem k rostoucímu počtu studentů na vysokých školách. Podíl dojíždějících aktuálně nebo v minulosti a osob, které zde žijí nebo žily v minulosti, je dlouhodobě setrvalý.

¹ Aktuálně se jedná již o třetí vlnu výzkumu. První byla realizována v r. 2009, následovala v r. 2013. Do srovnávacího grafu je přidán i údaj z r. 2012, který vychází z vlastních šetření agentury Focus.

Graf č. 2: Intenzita znalosti města Brna – časové srovnání

Znění otázky: „Nyní se věnujeme městu Brnu. Jak znáte toto město?“; v %, N = 1013, celý soubor



V roce 2009, kdy byla realizována první vlna šetření, otázka na intenzitu vztahu nabízela pouze dvě varianty odpovědi, a není proto plně srovnatelná.

2009 (N = 1002)	%
jen z doslechu, z četby, z médií, ze školy	45,1
osobní zkušenost	54,9

Z detailního pohledu dle sociodemografických ukazatelů vyplývá, že Brno z pohledu studenta znají častěji lidé:

- s vysokoškolským vzděláním,
- pracující jako vysoce kvalifikovaní odborníci či top management,
- jež jsou aktuálně studující,
- lidé, jejichž měsíční příjem rodiny přesahuje 45 000 Kč,
- s nejvyšším socioekonomickým statusem A,
- nejčastěji z kraje Vysočina, z Olomouckého kraje, Jihomoravského kraje, ale také z Karlovarského kraje.

Naopak pouze z doslechu znají Brno častěji lidé:

- se základním vzděláním,
- nezaměstnaní,
- s nejnižším socioekonomickým vzděláním,
- z Plzeňského nebo Ústeckého kraje.

Tabulka č. 2: Intenzita znalosti města Brna dle vybraných sociodemografických charakteristik

Znění otázky: „Nyní se věnujeme městu Brnu. Jak znáte toto město?“ (m1); v %, N = 1013, celý soubor

		znám „z doslechu“, z četby, z médií	již jsem navštívil/a	studuji, studoval/a jsem zde	dojždím, dojížděl/a jsem do Brna	bydlím, bydlím/a jsem v Brně	celkem	počet (N)
celek		28%	54%	6%	6%	5%	100%	1013
pohlaví	muž	26%	57%	6%	6%	5%	100%	491
	žena	30%	52%	6%	6%	6%	100%	522
věk	18-24	35%	45%	14%	3%	3%	100%	111
	25-34	30%	51%	5%	8%	6%	100%	189
	35-44	27%	53%	7%	8%	5%	100%	192
	45-54	30%	55%	5%	6%	4%	100%	164
	55-64	24%	59%	3%	7%	7%	100%	174
	65 a více	26%	60%	4%	3%	7%	100%	183
vzdělání	ZŠ	39%	52%	4%	2%	3%	100%	165
	SŠ bez maturity	31%	53%	3%	7%	6%	100%	360
	SŠ s maturitou	25%	57%	5%	7%	6%	100%	345
	VŠ	16%	55%	17%	6%	6%	100%	143
ekonomická aktivita	vysoce kvalifikovaní odborníci, top management	18%	53%	18%	6%	5%	100%	62
	střední řídicí pracovníci, majitelé menších firem	15%	60%	11%	8%	7%	100%	92
	úředníci, nemanuální pracující	32%	50%	6%	7%	6%	100%	214
	manuálně pracující	31%	55%	2%	7%	6%	100%	264
	důchodci - starobní, invalidní	28%	58%	3%	5%	6%	100%	258
	studenti	28%	49%	19%		4%	100%	57
	osoby v domácnosti	29%	51%	6%	9%	6%	100%	35
čistý měsíční příjem domácnosti	nezaměstnaní	42%	52%	3%	3%		100%	31
	do 18 000 Kč	36%	53%	2%	2%	7%	100%	100
	18 001 - 25 000 Kč	30%	58%	5%	6%	2%	100%	153
	25 001 - 35 000 Kč	38%	48%	6%	4%	3%	100%	158
	35 001 - 45 000 Kč	24%	57%	5%	9%	6%	100%	138
	více než 45 000 Kč	28%	58%	10%	2%	3%	100%	104
socioekonomický status	neví, neuvedl/a	23%	54%	7%	8%	8%	100%	360
	A	12%	59%	16%	8%	5%	100%	92
	B	19%	59%	8%	8%	7%	100%	119
	C1	27%	53%	9%	5%	6%	100%	150
	C2	28%	56%	5%	7%	5%	100%	258
	D	31%	53%	4%	6%	6%	100%	269
velikost obce	E	46%	48%	1%	2%	3%	100%	125
	do 4.999 obyvatel	29%	52%	6%	10%	3%	100%	376
	5.000 - 19.999 obyvatel	31%	54%	8%	6%	1%	100%	179
	20.000 - 99.999 obyvatel	26%	61%	7%	5%	1%	100%	220
	100.000 a více obyvatel	26%	51%	4%	0%	18%	100%	238
kraj	Praha	30%	61%	7%		2%	100%	122
	Středočeský kraj	38%	53%	7%	2%	1%	100%	122
	Jihočeský kraj	38%	62%				100%	60
	Plzeňský kraj	51%	47%		2%		100%	53
	Karlovarský kraj	32%	46%	11%	11%		100%	28
	Ústecký kraj	57%	35%	9%			100%	81
	Liberecký kraj	40%	55%	3%		3%	100%	40
	Královéhradecký kraj	27%	64%	4%	4%	2%	100%	56
	Pardubický kraj	38%	58%		2%	2%	100%	48
	Kraj Vysočina	4%	53%	16%	20%	7%	100%	45

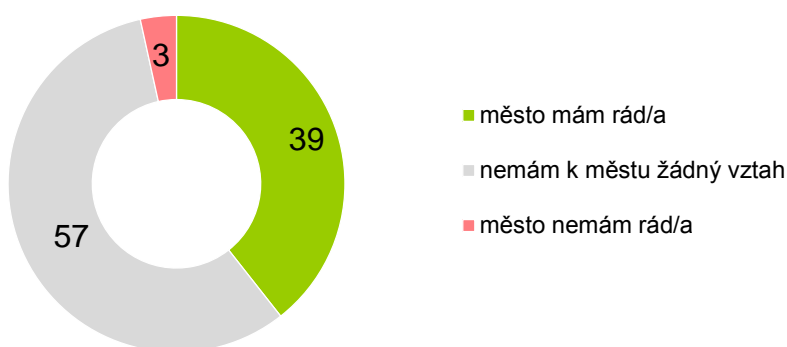
		znám „z doslechu“, z četby, z médií	již jsem navštívil/a	studuji, studoval/a jsem zde	dojždím, dojžděl/a jsem do Brna	bydlím, bydlel/a jsem v Brně	celkem	počet (N)
celek		28%	54%	6%	6%	5%	100%	1013
	Jihomoravský kraj	3%	16%	11%	31%	39%	100%	112
	Olomoucký kraj	14%	69%	12%	5%		100%	59
	Zlínský kraj	14%	71%	8%	5%	2%	100%	59
	Moravskoslezský kraj	23%	75%		2%	1%	100%	128

Poznámka: zeleně podbarvená pole indikují vyšší relativní četnosti odpovědí v dané skupině ve srovnání s celým souborem, červená barva naopak značí nižší četnosti.

Svůj vztah k Brnu definují dotázaní nejčastěji jako indiferentní (57 %), dvě pětiny dotázaných deklarují, že mají Brno rádi (39 %) a pouhá 3 % respondentů svůj vztah k Brnu označily vyloženě za negativní. Z hlediska srovnání v čase nedochází k výrazným změnám, mírně se opět navyšuje podíl osob, které mají Brno rády.

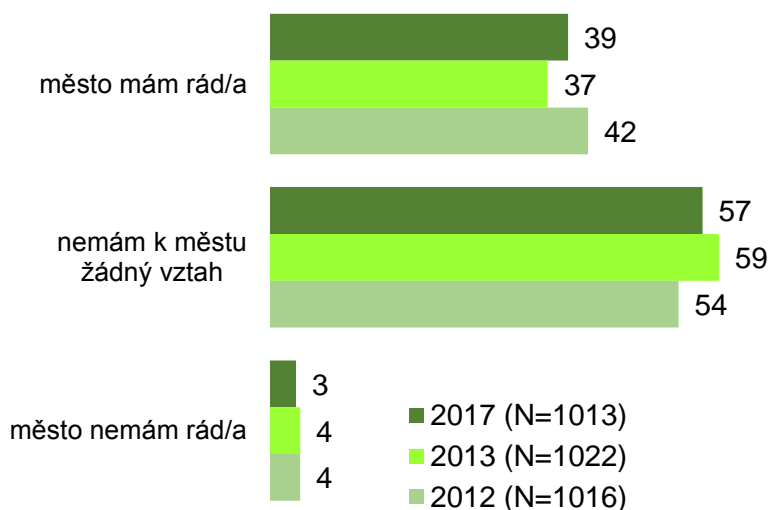
Graf č. 3: Vztah k Brnu

Znění otázky: „Jak byste charakterizoval/a Váš vztah k městu Brnu?“ (m2); v %, N = 1013, celý soubor



Graf č. 4: Vztah k Brnu – časové srovnání

Znění otázky: „Jak byste charakterizoval/a Váš vztah k městu Brnu?“; v %, celý soubor



Z detailního pohledu dle sociodemografických ukazatelů je patrné, že město Brno mají rádi častěji lidé:

- s vysokoškolským vzděláním,
- o něco více ženy než muži,
- spíše ve věkové kategorii 35 – 54 let,
- pracující jako vysoce kvalifikovaní odborníci či top management, osoby v domácnosti, střední řídicí pracovníci, úředníci a další nemanuálně pracující,
- s nejvyšším socioekonomickým statutem A,
- lidé z Jihomoravského kraje nebo z kraje Vysočina.

Tabulka č. 3: Vztah k Brnu dle vybraných sociodemografických charakteristik

Znění otázky: „Jak byste charakterizoval/a Váš vztah k městu Brnu?“ (m2); v %, N = 1013, celý soubor

		toto město mám rád/a	k tomuto městu nemám žádný vztah	toto město nemám rád/a	celkem	počet (N)
celek		39%	57%	3%	100%	1013
pohlaví	muž	37%	59%	4%	100%	491
	žena	42%	55%	3%	100%	522
věk	18-24	35%	59%	5%	100%	111
	25-34	40%	56%	4%	100%	189
	35-44	41%	58%	2%	100%	192
	45-54	43%	52%	4%	100%	164
	55-64	38%	59%	3%	100%	174
	65 a více	38%	59%	3%	100%	183
vzdělání	ZŠ	30%	67%	3%	100%	165
	SŠ bez maturity	36%	61%	3%	100%	360
	SŠ s maturitou	41%	55%	4%	100%	345
	VŠ	56%	39%	5%	100%	143
ekonomická aktivita	vysoce kvalifikovaní odborníci, top management	52%	45%	3%	100%	62
	střední řídicí pracovníci, majitelé menších firem	46%	52%	2%	100%	92
	úředníci, nemanuální pracující	43%	55%	2%	100%	214
	manuálně pracující	39%	56%	5%	100%	264
	důchodci - starobní, invalidní	33%	64%	3%	100%	258
	studenti	35%	58%	7%	100%	57
	osoby v domácnosti	51%	46%	3%	100%	35
	nezaměstnaní	16%	74%	10%	100%	31
čistý měsíční příjem dom.	do 18 000 Kč	27%	69%	4%	100%	100
	18 001 - 25 000 Kč	36%	61%	3%	100%	153
	25 001 - 35 000 Kč	36%	61%	3%	100%	158
	35 001 - 45 000 Kč	41%	59%	1%	100%	138
	více než 45 000 Kč	39%	55%	6%	100%	104
	neví, neuvedl/a	45%	50%	4%	100%	360
socioekonomický status	A	53%	42%	4%	100%	92
	B	45%	50%	4%	100%	119
	C1	37%	59%	5%	100%	150
	C2	40%	57%	3%	100%	258
	D	38%	59%	3%	100%	269
	E	27%	69%	4%	100%	125
velikost obce	do 4.999 obyvatel	37%	60%	4%	100%	376
	5.000 - 19.999 obyvatel	40%	60%	1%	100%	179
	20.000 - 99.999 obyvatel	38%	61%	1%	100%	220
	100.000 a více obyvatel	45%	48%	7%	100%	238
kraj	Praha	39%	51%	10%	100%	122

		toto město mám rád/a	k tomuto městu nemám žádný vztah	toto město nemám rád/a	celkem	počet (N)
celek		39%	57%	3%	100%	1013
	Středočeský kraj	24%	73%	3%	100%	122
	Jihočeský kraj	33%	62%	5%	100%	60
	Plzeňský kraj	19%	81%		100%	53
	Karlovarský kraj	18%	82%		100%	28
	Ústecký kraj	26%	73%	1%	100%	81
	Liberecký kraj	38%	63%		100%	40
	Královéhradecký kraj	36%	64%		100%	56
	Pardubický kraj	19%	77%	4%	100%	48
	Kraj Vysočina	51%	49%		100%	45
	Jihomoravský kraj	82%	15%	3%	100%	112
	Olomoucký kraj	44%	51%	5%	100%	59
	Zlínský kraj	44%	51%	5%	100%	59
	Moravskoslezský kraj	43%	54%	3%	100%	128

Poznámka: zeleně podbarvená pole indikují vyšší relativní četnosti odpovědí v dané skupině ve srovnání s celým souborem, červená barva naopak značí nižší četnosti.

3.2 Image města Brna

V další části výzkumu se zaměřujeme na zjištění image města Brna, tedy to, jaké povědomí, jaký obraz v dotázaných vyvolává zmínka o tomto městě. Respondentům byla předložena sada 36 výroků vztahujících se k různým tématům týkajících se města Brna. Ke každému výroku měli dotázaní možnost vyjádřit míru svého souhlasu či nesouhlasu na 4bodové škále od 1=rozhodně souhlasím po 4=rozhodně nesouhlasím.

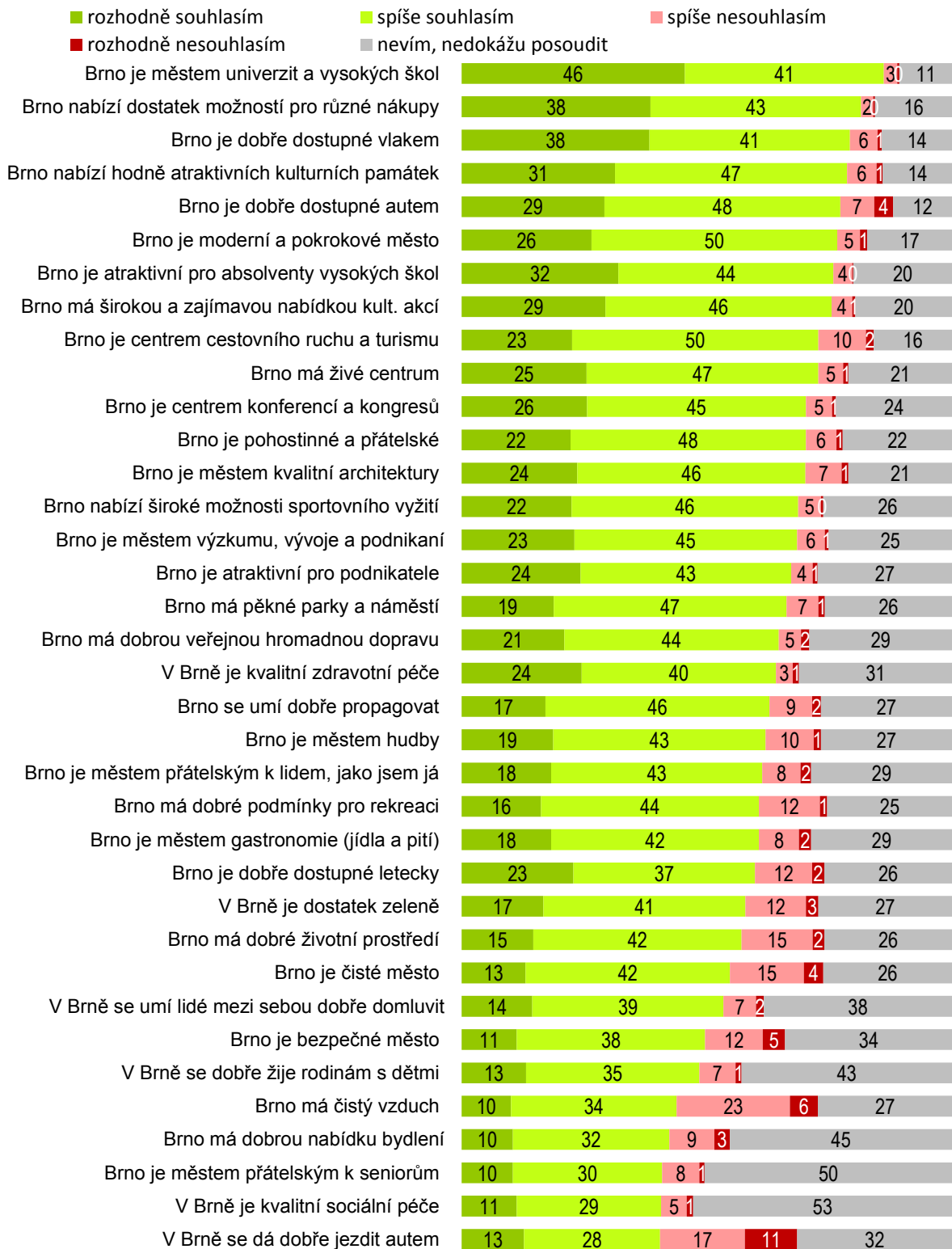
Největší podíl souhlasných odpovědí (rozhodně a spíše souhlasím) bylo přiřazeno k charakteristikám, podle kterých je Brno vnímáno především jako město univerzit a vysokých škol, kde se dobře nakupuje a které je dopravně dobře dostupné zejména vlakem, ale i autem. K dominantní charakteristice Brna jako město univerzit se také váže charakteristika atraktivity pro absolventy vysokých škol, a celkově je to moderní a pokrokové město. Je to také město s dostatkem kulturních památek se širokou a zajímavou nabídkou kulturních akcí. Dále je Brno centrem cestovního ruchu a turismu, se živým centrem a celkově je pohostinné a přátelské.

Naopak nejméně z uvedených charakteristik se k Brnu váží výroky, které více zasahují do běžného života obyvatel města. Nejmenší podíl osob souhlasí s tím, že po Brně se dá dobře jezdit autem, že je zde kvalitní sociální péče, dobrá nabídka bydlení, čistý vzduch a že by se zde dobře žilo rodinám s dětmi.

Celkově je dobré připomenout, že nejde o vyjádření pozitivních či negativních hodnocení, pouze se jedná o odraz povědomí o městě Brně, jak na dotázané působí, ať už přímo nebo zprostředkovaně.

Graf č. 5: Image města Brna

Znění otázky: „Řekněte, prosím, u každého z následujících výroků, jak s ním souhlasíte (1 – rozhodně souhlasím, 2 – spíše souhlasím, 3 – spíše nesouhlasím 4 – rozhodně nesouhlasím, 9 nedokážu posoudit, vůbec nevím)“ (m4); v %, celý soubor



Z časového srovnání v následujícím křivkovém grafu z posledních dvou vln výzkumu je možné vidět, které položky se k Brnu aktuálně vážší více a které méně ve srovnání s rokem 2013.

Především je nutné konstatovat, že kromě položek „Brno se umí dobře propagovat“, „Brno má dobré podmínky pro rekreaci“, „Brno má dobré životní prostředí“, „Brno je centrem cestovního ruchu a turismu“ a „Brno je bezpečné město“, u nichž se hodnocení ani po čtyřech letech v podstatě nezměnilo, došlo u všech ostatních výroků k poklesu míry souhlasu, a tedy asociace s Brnem.

Největší odliv souhlasících a tedy nižší spojitost charakteristiky s Brnem je patrná u výroků:

- Brno má dobrou nabídku bydlení (-16 % p.b.)
- V Brně se dá dobře jezdit autem (-15 %)
- V Brně je kvalitní sociální péče (-14 %)
- V Brně se dobře žije rodinám s dětmi (-10 %)
- Brno je dobře dostupné letecky (-10 %)
- Brno je městem kvalitní architektury (-9 %)
- Brno má dobrou veřejnou hromadnou dopravu (-9 %)
- Brno je dobře dostupné autem (-8 %)
- Brno má širokou a zajímavou nabídku kulturních akcí (-8 %)
- Brno je centrem konferencí a kongresů (-8 %)
- Brno je městem výzkumu, vývoje a podnikání (-8 %)

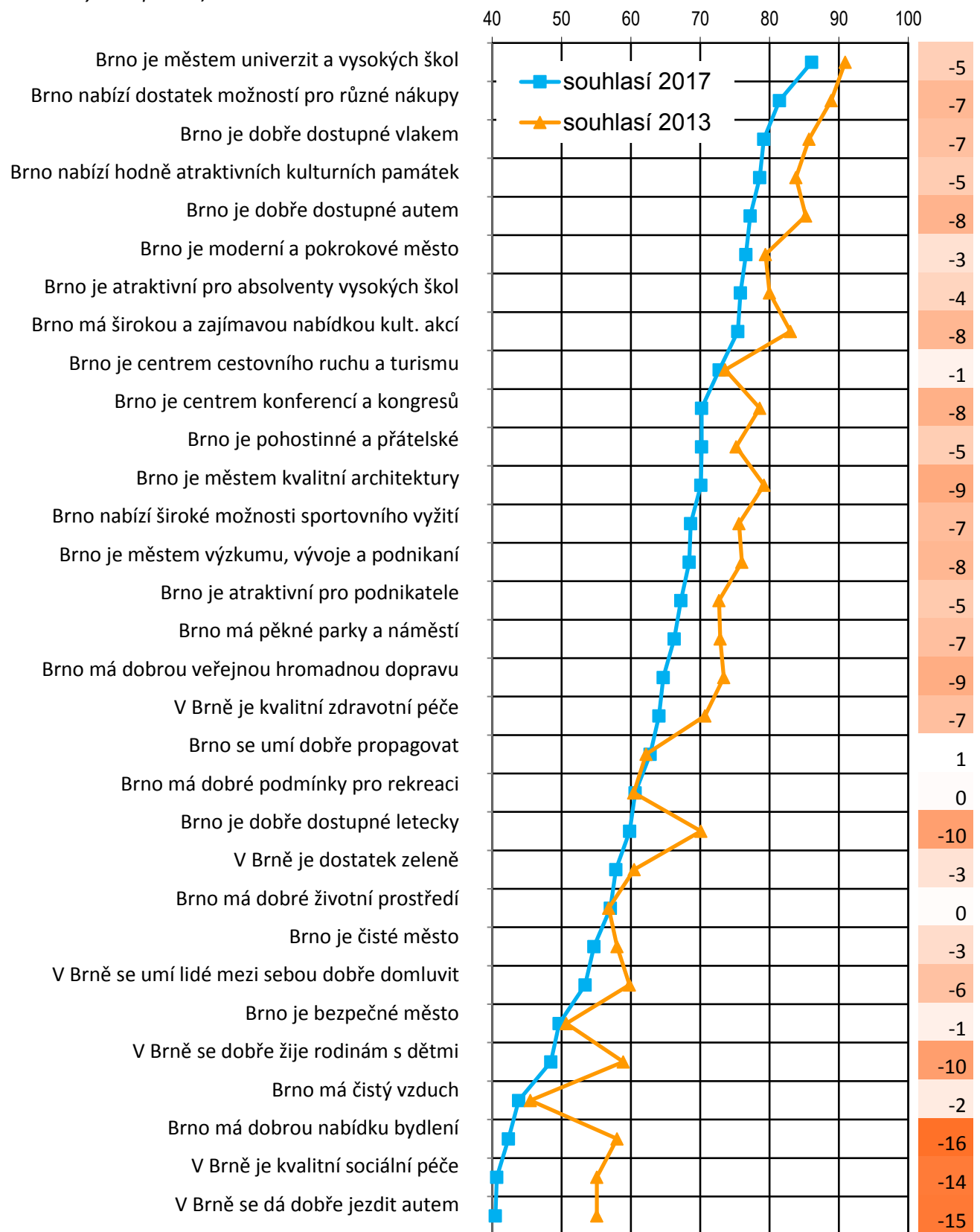
Na následující straně přinášíme také tabulkové srovnání souhlasných odpovědí v delším časovém úseku, kromě roku 2013, jsou přidány i výzkumy z let 2012 a 2009. Srovnány jsou pouze ty položky, které se objevily v aktuálním šetření a lze je srovnat s alespoň jednou z těchto vln šetření. Vzhledem k odlišné metodologii dvou starších výzkumů, jsou však relevantnější údaje ze srovnání aktuálního šetření pouze s rokem 2013.

Uvedené výroky srovnáváme také formou celkového souhrnného indexu aplikovaného na aktuální šetření a šetření z r. 2013, kde jsou data adekvátně srovnatelná (použití stejných 4bodových škál). I přes určité změny v seznamu aktuálně dotazovaných položek je možné srovnat aktuální výsledný indikátor, jehož hodnota dosahuje 1,88, s indikátorem za rok 2013, kdy dosahovala téměř identické hodnoty 1,89. Indikuje hodnocení „spíše souhlasím,,.

Z uvedeného srovnání je možné konstatovat, že celkové hodnocení image města Brna z vnějšího pohledu zůstává i přes dílčí změny velmi podobné jako před čtyřmi lety.

Graf č. 6: Image města Brna ve srovnání let 2017 a 2013

Souhlas s jednotlivými výroky (zobrazen pouze podíl souhlasných odpovědí, tj. rozhodně a spíše souhlasím), sloupec čísel vpravo graficky zobrazuje velikost změny (např. -5 = o 5 % p.b. méně souhlasných odpovědí)



Tabulka č. 4: Image města Brna v dlouhodobém časovém srovnání

(souhlas s jednotlivými výroky, podíl odpovědí rozhodně + spíše souhlasím; v %)

	2017 (N=1013)	2013 (N=1022)	2012 (N=1016)	2009 (N=1002)
Brno je městem univerzit a vysokých škol	86	91	89	86
Brno nabízí dostatek možností pro různé nákupy	81	89	84	
Brno je dobře dostupné vlakem	79	86		80
Brno nabízí hodně atraktivních kulturních památek	79	84	79	72
Brno je dobře dostupné autem	77	85	81	76
Brno je moderní a pokrokové město	77	79	77	77
Brno je atraktivní pro absolventy vysokých škol	76	80		73
Brno má širokou a zajímavou nabídkou kult. akcí	75	83	78	
Brno je centrem cestovního ruchu a turismu	73	74		60
Brno je centrem konferencí a kongresů	70	79		70
Brno je pohostinné a přátelské	70	75	75	68
Brno je městem kvalitní architektury	70	79		
Brno nabízí široké možnosti sportovního vyžití	69	76	73	52
Brno je městem výzkumu, vývoje a podnikání	68	76	73	63
Brno je atraktivní pro podnikatele	67	73	74	59
Brno má pěkné parky a náměstí	66	73		54
Brno má dobrou veřejnou hromadnou dopravu	65	73		59
V Brně je kvalitní zdravotní péče	64	71		48
Brno se umí dobře propagovat	63	62	59	47
Brno má dobré podmínky pro rekreaci	61	60		44
Brno je dobře dostupné letecky	60	70		
V Brně je dostatek zeleně	58	61	58	46
Brno má dobré životní prostředí	57	57		39
Brno je čisté město	55	58	55	36
V Brně se umí lidé mezi sebou dobře domluvit	53	60		42
Brno je bezpečné město	50	51		27
V Brně se dobře žije rodinám s dětmi	48	59	59	35
Brno má čistý vzduch	44	46		25
Brno má dobrou nabídku bydlení	42	58	54	28
V Brně je kvalitní sociální péče	41	55		28
V Brně se dá dobře jezdit autem	40	55	48	36

Tabulka č. 5: Image města Brna v časovém srovnání souhrnného indikátoru

Znění otázky: „Řekněte, prosím, u každého z následujících výroků, jak s ním souhlasíte (1 – rozhodně souhlasím, 2 – spíše souhlasím, 3 – spíše nesouhlasím, 4 – rozhodně nesouhlasím, 9 nedokážu posoudit, vůbec nevím)“ (m4); hodnoty průměrů, celý soubor

Čím nižší hodnota, tím vyšší souhlas	2017	2013
Brno je městem univerzit a vysokých škol	1,53	1,50
Brno nabízí dostatek možností pro různé nákupy	1,58	1,56
Brno je dobře dostupné vlakem	1,64	1,62
Brno je atraktivní pro absolventy vysokých škol	1,65	1,68
Brno se vyznačuje širokou a zajímavou nabídkou kulturních akcí	1,70	1,70
V Brně je kvalitní zdravotní péče	1,73	1,79
Brno nabízí hodně atraktivních kulturních památek	1,74	1,71
Brno je atraktivní pro podnikatele	1,75	1,81
Brno je centrem konferencí a kongresů	1,76	1,73
Brno má živé centrum	1,77	-
Brno je moderní a pokrokové město	1,77	1,82
Brno nabízí široké možnosti sportovního vyžití	1,77	1,81
Brno je městem výzkumu, vývoje a podnikání ve vyspělých technologiích	1,79	1,80
Brno má dobrou veřejnou hromadnou dopravu	1,82	1,76
3 Brno je pohostinné a přátelské	1,83	1,81
Brno je městem kvalitní architektury	1,83	1,79
Brno je dobře dostupné autem	1,84	1,66
Brno má pěkné parky a náměstí	1,87	1,86
2 Brno je centrem cestovního ruchu a turismu	1,88	1,93
Brno je městem přátelským k lidem, jako jsem já	1,91	-
Brno je dobře dostupné letecky	1,92	1,89
Brno je městem hudby	1,92	-
V Brně se umí lidé mezi sebou dobře domluvit (Brno není rozhádané město)	1,92	1,95
V Brně je kvalitní sociální péče	1,93	1,92
Brno je městem gastronomie (jídla a pití)	1,93	-
Brno se umí dobře propagovat	1,93	2,05
V Brně se dobře žije rodinám s dětmi	1,94	1,99
Brno je městem přátelským k seniorům	1,99	-
Brno má dobré podmínky pro rekreaci	1,99	2,12
V Brně je dostatek zeleně	2,01	2,10
Brno má dobré životní prostředí	2,06	2,21
Brno má dobrou nabídku bydlení (pro všechny skupiny obyvatel)	2,09	2,0
Brno je čisté město	2,14	2,18
Brno je bezpečné město	2,15	2,25
Brno má čistý vzduch	2,34	2,43
V Brně se dá dobře jezdit autem	2,38	2,2
souhrnný indikátor	1,88	1,89

V následujícím kroku byla sada položek podrobena metodě faktorové analýzy, která shlukuje jednotlivé položky na základě vzájemné podobnosti do jednotlivých vnitřně konzistentních shluků. 36 položek bylo zredukováno do menšího počtu tematických okruhů vnitřně homogenních a zastřešujících množství dílčích názorů.

Faktorová analýza z dat extrahovala 5 faktorů, u nichž mají dotázaní tendenci posuzovat je podobným způsobem. Z jednotlivých názorů spadajících do každého z faktorů, jsme vypočetli průměrnou míru souhlasu pro daný faktor. Vznikl tak nový seznam pěti faktorů, od faktoru s nejvyšší mírou souhlasu (nejnižší hodnota) po faktor s relativně nejmenším souhlasem (nejvyšší hodnota).

Následující seznam jednotlivých faktorů přináší popis dle převládající charakteristiky a seznam jednotlivých položek, které se k němu přidružily.

Faktor 1: S relativně nejvyšší průměrnou mírou spokojenosti. Spadají sem výroky vymezující Brno jakožto město univerzit a vysokých škol, vhodné pro jejich absolventy a dále pro výzkumnou činnost a podnikatelské aktivity. Město Brno je tak v očích běžných občanů napříč celou ČR vnímáno zejména jako univerzitní město, se silným důrazem na výzkumné a podnikatelské aktivity.

Faktor 2: Relativně stále vysoká míra souhlasu. Týká se dopravní dostupnosti města prostřednictvím auta, vlaku či letectvy. Převládá pocit, že se lze dobře dopravit do Brna téměř z jakéhokoli koutu celé České republiky.

Faktor 3: Faktor s průměrnou mírou souhlasu. Zahrnuje položky vztahující se ke kultuře a cestovnímu ruchu a je syčen položkami jako je množství atraktivních kulturních památek, kvalitní architektura, široká a zajímavá nabídka kulturních akcí, centrum cestovního ruchu a turismu, město hudby, dostatek možností pro nákupy, živé, přátelské město se zájmem o gastronomii, nabízející vhodné podmínky pro rekreaci a sportovní vyžití, a také jako centrum konferencí a kongresů, se schopností dobře se propagovat.

Faktor 4: Míra souhlasu je podprůměrná. Spadají sem položky související více se životem obyvatel města, kterými jsou kvalitní sociální a zdravotní péče, nabídka vhodného bydlení, přátelské podmínky pro seniory a rodiny s dětmi a celkově se zde lidé umí mezi sebou dobře domluvit.

Faktor 5: S nejnižší mírou souhlasu. Je složen z postojů k čistotě, ekologičnosti a celkové přívětivosti města. Jsou zde položky čisté město, pěkné parky a náměstí, dostatek zeleně, dobré životní prostředí, čistý vzduch, ale i bezpečné město, dobře se dá jezdit po městě autem a dobrá veřejná doprava.

Tabulka č. 6: Položky spadající do jednotlivých faktorů

Brno je atraktivní pro absolventy vysokých škol
Brno je městem univerzit a vysokých škol
Brno je městem výzkumu, vývoje a podnikání ve vyspělých technologiích
Brno je atraktivní pro podnikatele

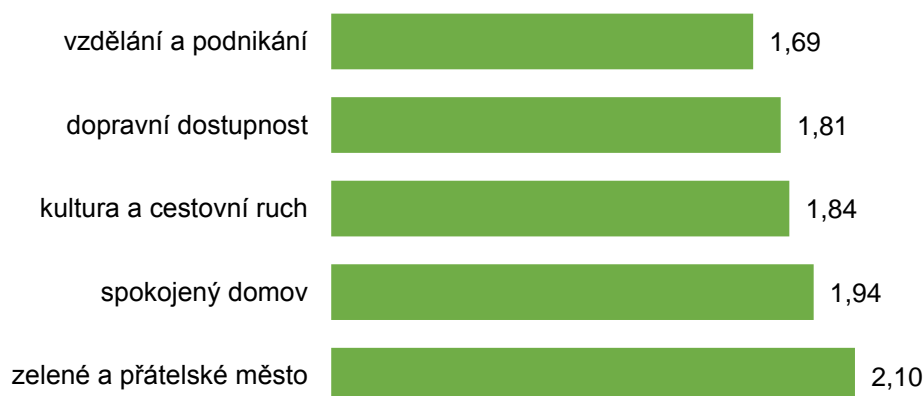
FAKTOR 2: DOPRAVNÍ DOSTUPNOST
Brno je dobře dostupné autem
Brno je dobře dostupné vlakem
Brno je dobře dostupné letectvy

FAKTOR 3: KULTURA A CESTOVNÍ RUCH
Brno nabízí hodně atraktivních kulturních památek
Brno je městem kvalitní architektury
Brno se vyznačuje širokou a zajímavou nabídkou kulturních akcí
Brno je moderní a pokrokové město
Brno je centrem cestovního ruchu a turismu
Brno je městem hudby
Brno nabízí dostatek možností pro různé nákupy
Brno je městem gastronomie (jídla a pití)
Brno má živé centrum
Brno je pohostinné a přátelské
Brno je centrem konferencí a kongresů
Brno se umí dobře propagovat
Brno má dobré podmínky pro rekreaci
Brno nabízí široké možnosti sportovního vyžití

FAKTOR 4: SPOKOJENÝ DOMOV
V Brně je kvalitní sociální péče
Brno má dobrou nabídku bydlení (pro všechny skupiny obyvatel)
Brno je městem přátelským k seniorům
V Brně se dobře žije rodinám s dětmi
V Brně se umí lidé mezi sebou dobře domluvit (Brno není rozhádané město)
V Brně je kvalitní zdravotní péče

FAKTOR 5: ZELENÉ A PŘÁTELSKÉ MĚSTO
Brno je čisté město
Brno má pěkné parky a náměstí
V Brně je dostatek zeleně
Brno má dobré životní prostředí
Brno má čistý vzduch
Brno je městem přátelským k lidem, jako jsem já
Brno je bezpečné město
V Brně se dá dobře jezdit autem
Brno má dobrou veřejnou hromadnou dopravu

Graf č. 7: Průměrné skóre položek v jednotlivých faktorech (škála od 1 – rozhodně souhlasím až 4 – rozhodně nesouhlasím)



Tabulka č. 7: Průměrné skóre položek v jednotlivých faktorech dle intenzity znalosti Brna a vztahu k Brnu (škála od 1 – rozhodně souhlasím až 4 – rozhodně nesouhlasím)

		vzdělání a podnikání	dopravní dostupnost	kultura a cestovní ruch	spokojený domov	zelená a přátelské město
<i>celek</i>		1,69	1,81	1,84	1,94	2,10
intenzita znalosti Brna	znám „z doslechu“, z četby, z médií apod.	1,83	1,89	1,90	1,98	2,18
	v minulosti jsem ho navštívil/a	1,66	1,76	1,81	1,88	2,05
	studuji, studoval/a jsem zde	1,76	1,93	1,97	2,13	2,21
	dojíždím, dojížděl/a jsem do Brna	1,60	1,81	1,80	1,99	2,17
	bydlím, bydlel/a jsem v Brně	1,47	1,78	1,74	1,96	2,12
vztah k Brnu	mám rád/a	1,54	1,66	1,68	1,81	1,95
	nemám žádný vztah	1,80	1,88	1,92	1,99	2,18
	nemám rád/a	2,06	2,39	2,48	2,81	2,97

Poznámka: zeleně podbarvená pole indikují vyšší souhlas s výroky z daného faktoru, červená pole nižší souhlas.

Výše uvedená tabulka agregované faktory třídí podle intenzity znalosti města Brna a vztahu k němu. Na první pohled je patrné, že celkovou vyšší míru souhlasu v daném faktoru mají osoby, které mají Brno rády. Naopak osoby, které svůj vztah k Brnu hodnotí jako negativní, vykazují výrazně slabší souhlas ve všech faktorech.

Z hlediska intenzity znalosti města Brna hodnotí jednotlivé faktory výrazně lépe ti, kteří zde bydlí či v minulosti bydleli, případně zde dojíždí nebo v minulosti dojížděli. Nejmenší míru souhlasu vykazují ti, kteří zde studují nebo studovali. Jejich postoje jsou více kritické zřejmě pro větší celkový rozhled, možnost srovnání s širším okolím a vyšší náročností na daná kritéria.

3.3 Asociace s Brnem

V další části dotazníku byly zjišťovány asociace s městem Brnem. Ponejvíce se k Brnu váže asociace na výstavy a veletrhy. S odstupem se pak nacházejí další asociace, kterými jsou značka piva Starobrno, rovnocenně historické památky (Petrov, Špilberk, Stará radnice), Brněnská přehrada, Kometa a závod motocyklů na Masarykově okruhu.

Teprve v dalším sledu se objevují asociace na město studentů a univerzit, mezinárodní město, město kultury, obchodů a nákupů.

Z následujícího grafu se zobrazením časového srovnání aktuálních asociací s rokem 2013 je patrné, že i přes setrvávající dominanci asociace na veletrhy jeho síla přece jen slábně (-10 p.b.). Zeslábla asociace i na Starobrno, historické památky a na závod motocyklů.

Naopak posílily tyto asociace:

- město kultury (+11 %)
- Kometa, hokej (+5 %)
- obchody, nákupy (+5 %)
- mezinárodní město (5 %)

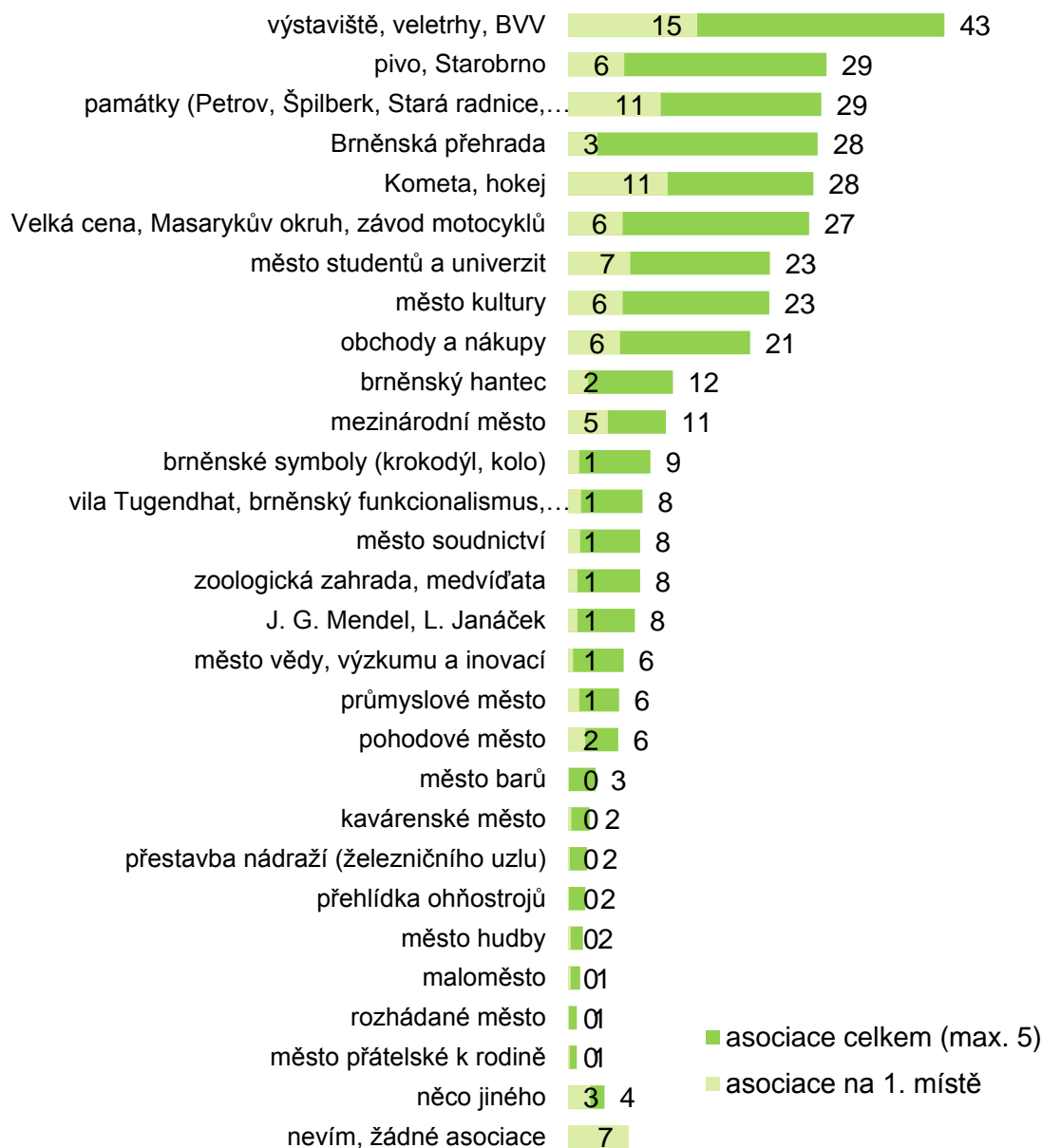
Ze srovnání je patrné, že se daří město Brno prezentovat zejména díky hokejovým zápasům Komety, díky rozmanitým kulturním akcím, rozvinuté síti obchodních center, ale také jako město mezinárodních rozměrů.

I přes silnou vazbu charakteristik univerzitní město a město studentů, vědy, výzkumu a inovací, které dominují v image města, se při zvolené metodice (možnost vybrat pouze 5 typických asociací s Brnem) nedostávají tak výrazně dopředu. Nicméně jsou to charakteristiky, které významným dílem tvoří základní obraz a povědomí o Brnu.

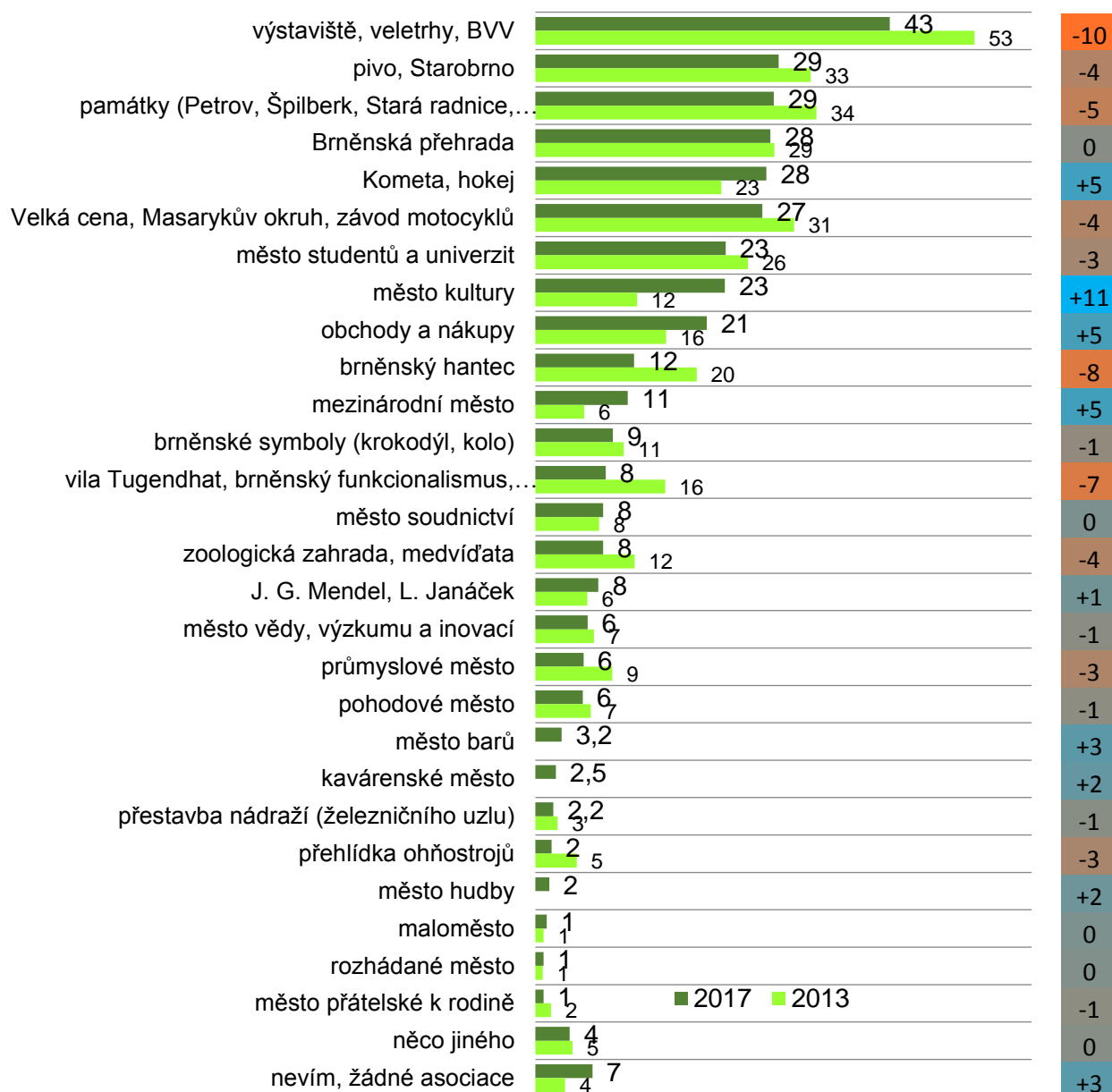
Do popředí se tak dostaly charakteristiky, které odráží regionální specifičnost, oproti obecným charakteristikám, které v jejich kontextu ztrácí na síle. Nicméně přesto je jejich role v celkovém obrazu města Brna významná (viz image a také následující otázka na asociace v kontextu všech krajských měst.)

Graf č. 8: Asociace spojené s městem Brnem

Znění otázky: „Co se Vám vybaví, když se řekne BRNO? Jaké asociace a představy se Vám pojí s tímto městem? Předložím Vám pomocnou kartu se seznamem asociací. Vy z nich prosím vyberte max. 5. Těchto 5 asociací prosím seřaďte podle toho, jak silně se Vám pojí s městem Brnem, tj. na první místo dejte nejsilnější asociaci, na druhé místo druhou nejsilnější atd.“ (m3)



Graf č. 9: Asociace spojené s městem Brnem – časové srovnání 2017 vs. 2013



Tabulka č. 8: Jiné spontánní asociace s Brnem

jiné spontánní asociace	počet
velké město, krajské město, 2. největší město v ČR	7
ošklivé, špinavé město, ošklivé nádraží	4
Zetor	3
zábava, majáles, techno párty	3
zakomplexované město	2
špatná dostupnost autem, špatný stav dálnice	2
osobní asociace	2
mládí, vzpomínky	2
letišťe	2
fotbal, Zbrojovka	2
zdravotnictví, nemocnice	1
VFU Brno	1
špatná průjezdnost autem	1
šalina	1
nejlepší poloha ze všech českých měst	1
Morava	1
město vína	1
Divadlo Na provázku	1
Brno je zlatá loď	1
Brno je nejkratší vtip na světě	1
Bolek Polívka	1
blázen na radnici	1

3.4 Asociace s Brnem v kontextu ostatních krajských měst

Nově byla do závěrečné části dotazníku přidána baterie výroků, které mohou charakterizovat krajská města v ČR. Každý z výroků mohli dotázaní přiřadit k jednomu či více městům, případně ponechat výrok zcela stranou. Takto získaný pohled na jednotlivá města zohledňuje vnímání jednotlivých vlastností v kontextu všech krajských měst a umožňuje tak zdůraznit vlastnosti, které jsou typické právě pro dané město.

Nejprve se podíváme, jaký podíl dotázaných přiřazoval jednotlivé charakteristiky k Brnu a posléze i k ostatním městům.

K městu Brnu se tak z nabízených možností nejvíce pojí charakteristika město univerzit a vysokých škol (přiřadilo 65 % dotázaných). Polovina dotázaných vnímá Brno jako dobře dopravně dostupné v rámci celé České republiky. Podobně si polovina dotázaných myslí, že Brno je město výzkumu a inovací, a také atraktivní pro podnikatele a podnikání celkově.

Další výrazně přiřazené charakteristiky odkazují na dobré kulturní zázemí města, pestré kulturní zážitky, zajímavou architekturu, pohostinnost a přátelskost města a celkově je turisticky zajímavé.

Pouze přibližně třetina dotázaných vybrala k městu Brno vlastnosti jako je dobrá MHD (35 % dotázaných), má atraktivní ulice, dostatek zeleně, přitažlivou atmosféru. Vůbec nejméně - přibližně pětina dotázaných vnímá Brno jako bezpečné město s čistým životním prostředím a s dobrou nabídkou atraktivního a dostupného bydlení.

Graf č. 10: Míra asociace města Brna s vybranými charakteristikami v kontextu ostatních krajských měst

Znění otázky: „Budu vám postupně číst různé výroky, které můžou, ale nemusí charakterizovat krajská města v ČR. U každého výroku mi prosím řekněte, se kterými krajskými městy se vám nejvíce pojí. Můžete vybrat jedno, dvě i více měst. Můžete také uvést, že se daný výrok se vám nepojí se žádným krajským městem.“ (m5)



Podíváme-li se na pět nejtypičtějších charakteristik pro každé krajské město, vidíme, že typickým městem univerzit a vysokých škol je Praha (přiřadilo 84 % dotázaných). Praha celkově (logicky jako hlavní a největší město) na sebe navázala nejvíce atributů.

Tabulka č. 9: Míra asociace krajských měst s vybranými charakteristikami (5 výroků nejtypičtějších pro každé město)

Znění otázky: „Budu vám postupně číst různé výroky, které můžou, ale nemusí charakterizovat krajská města v ČR. U každého výroku mi prosím řekněte, se kterými krajskými městy se vám nejvíce pojí. Můžete vybrat jedno, dvě i více měst. Můžete také uvést, že daný výrok se vám nepojí se žádným krajským městem.“ (m5)

Brno	v %
město univerzit a vysokých škol	65
dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	51
město výzkumu a inovací	49
atraktivní pro podnikání a podnikatele	48
dobrá zábava, kulturní zážitky	47

Praha	v %	České Budějovice	v %	Hradec Králové	v %	Jihlava	v %
město univerzit a vysokých škol	84	pohostinné a přátelské město	18	město univerzit a vysokých škol	25	čisté životní prostředí	12
centrum turismu	79	čisté životní prostředí	18	dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	21	dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	12
zajímavá architektura	79	centrum turismu	17	příležitosti pro pohyb a sport	17	bezpečné město	11
atraktivní pro podnikání	76	město univerzit a vysokých škol	16	atraktivní ulice, parky a náměstí, dostatek zeleně	15	příležitosti pro pohyb a sport	11
zábava, kulturní zážitky	74	příležitosti pro pohyb a sport	16	atraktivní pro podnikání	15	pohostinné a přátelské město	10

Karlovy Vary	v %	Liberec	v %	Olomouc	v %	Ostrava	v %
centrum turismu	30	příležitosti pro pohyb a sport	23	město univerzit a vysokých škol	33	dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	25
zajímavá architektura	24	čisté životní prostředí	16	dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	25	město univerzit a vysokých škol	25
zábava, kulturní zážitky	21	dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	14	pohostinné a přátelské město	23	atraktivní pro podnikání	20
přitažlivá atmosféra a genius loci	20	město univerzit a vysokých škol	14	zajímavá architektura	22	dobrá zábava a zajímavé kulturní zážitky	18
atraktivní ulice, parky a náměstí, dostatek zeleně	20	pohostinné a přátelské město	13	atraktivní ulice, parky a náměstí, dostatek zeleně	19	příležitosti pro pohyb a sport	15

Pardubice	v %	Plzeň	v %	Ústí nad Labem	v %	Zlín	v %
dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	17	město gastronomie, dobré jídlo a pití	22	dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	10	čisté životní prostředí	16
příležitosti pro pohyb a sport	13	město univerzit a vysokých škol	21	příležitosti pro pohyb a sport	8	pohostinné a přátelské město	14
pohostinné a přátelské město	12	dobrá dopravní dostupnost v rámci ČR	21	město univerzit a vysokých škol	7	příležitosti pro pohyb a sport	14
město univerzit a vysokých škol	9	příležitosti pro pohyb a sport	17	atraktivní pro podnikání	6	bezpečné město	13
atraktivní pro podnikání	9	atraktivní pro podnikání	16	zábava, kulturní zážitky	5	atraktivní pro podnikání	12

Poznámka: modře podbarvená pole indikují nejvyšší četnost přiřazení pro města Praha a Brno, u ostatních měst jsou žlutě zvýrazněny nejsilněji zastoupené asociace s četností 22 % a více.

Uvedený postup nám dobře ilustroval, jaký podíl osob je přesvědčen o tom, že daná vlastnost k jednotlivým městům přináší. Je však zatížen tím, že úroveň znalosti a obeznamení s jednotlivými městy je odlišná, což se projevuje i v ochotě přiřazovat jednotlivé vlastnosti častěji k městům, které má dotázaný větší šanci znát (viz celkový počet přiřazených vlastností v dolním řádku následující tabulky). Pro eliminaci tohoto faktoru jsme uvedená data přepočítali vždy na podíl přiřazené vlastnosti k danému městu ze všech vlastností přiřazených k tomuto městu (tj. sloupcová % v následující tabulce). Tzn., že vlastnost poměrně významná pro menší, méně známé město, se v rámci celku neprojeví příliš vysokým podílem, avšak přepočtena na celkový součet všech vlastností k tomuto městu, může vyniknout. Srovnáním těchto podílů získáme relevantnější pohled na distinktivní charakteristiky jednotlivých měst.

Totéž pak zobrazuje poziční mapa, která je výstupem z korespondenční analýzy, jež má schopnost respektovat vzájemné vztahy mezi jednotlivými subjekty a přiřazovaných vlastností a je očištěna právě o vliv dominantních subjektů.

Z mapy a tabulky s e sloupcovými procenty pak vidíme, že Brno je dominantně vnímáno jako město univerzit, avšak v rámci všech charakteristik mají tuto vlastnost nejméně zastoupeny i další města (Ostrava, Olomouc, Hradec Králové, Plzeň a Ústí nad Labem). Naopak Praha má tuto charakteristiku v rámci všech ostatních vlastností zastoupenou slaběji.

Podobně i druhá nejčtenější vlastnost přiřazená k Brnu „dopravní dostupnost v rámci Česka“ je ještě silněji vázána na další města (Ústí nad Labem, Ostrava, Pardubice, Jihlava a také Praha).

Vlastnost „město výzkumu a inovací“ dosahuje třetího největšího podílu v rámci obrazu Brna a vidíme, že je to i relativně nejvyšší podíl dané vlastnosti ve srovnání s ostatními městy (Praha 7 % a Ostrava 6 %). Tato vlastnost patří tedy v rámci uvedených charakteristik pro Brno k těm silnějším.

Takto se můžeme podívat i na další charakteristiky. Charakteristiku „centrum turismu“ v rámci daných vlastností nejlépe naplňují v rámci všech těchto charakteristik Karlovy Vary (13 %), až poté Praha a České Budějovice s 9 %. Charakteristiky „čisté životní prostředí“ a „bezpečné město“ relativně nejlépe saturují města Zlín a Jihlava.

V rámci poziční mapy pak vidíme, jak se jednotlivá města shlukují podle vzájemné blízkosti na základě přiřazených charakteristik. Brno se tak nachází v trsu společně s Prahou, Plzní a Olomoucí a jejich společnou charakteristikou je „atraktivita pro podnikání“, „zábava, kulturní zážitky“ a „dobrá dopravní dostupnost“.

Spolu s Ostravou mají společné charakteristiky: „je to město univerzit a vysokých škol“ a „město výzkumu a inovací“. Spolu s Ústím nad Labem je pojí „výborná MHD“.

Z dalších měst je např. pro Karlovy Vary typická vlastnost (jak již bylo zmíněno) ze všech uvedených, že je vnímáno jako „centrum turismu“. Města Hradec Králové a Pardubice jsou vnímána jako města s dobrou dopravní dostupností, dobrými příležitostmi pro aktivní pohyb a sport. Spolu s městy České Budějovice, Zlín, Jihlava a Olomouc jsou vnímány jako pohostinná a přátelská města atd. (viz tabulka a mapa na následující straně).

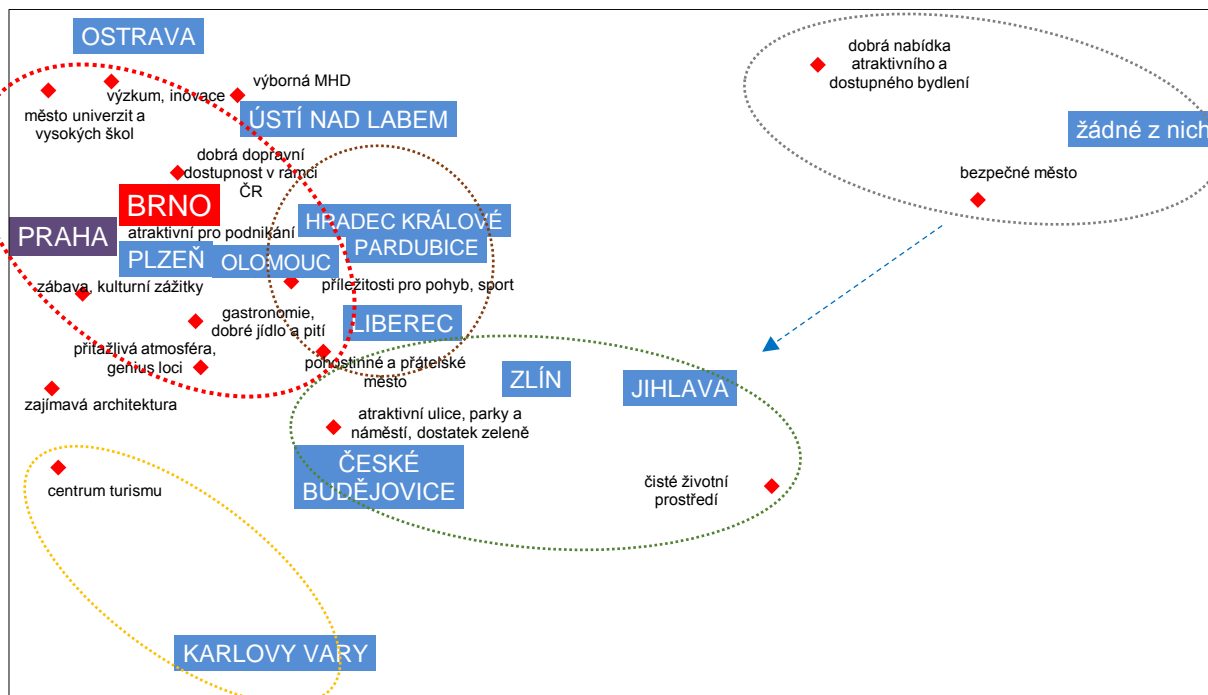
Tabulka č. 10: Míra asociace krajských měst s vybranými charakteristikami (sloupcová % - podíl každé vlastnosti ze všech přiřazených vlastností pro každé město)

sSloupcová %	Brno	Praha	České Budějovice	Hradec Králové	Jihlava	Karlovy Vary	Liberec	Olomouc	Ostrava	Pardubice	Plzeň	Ústí nad Labem	Zlín	žádné z nich
město univerzit a vysokých škol	10	9	8	11	2	2	8	12	13	7	10	10	5	0
dobrá dopravní dostupnost v rámci Česka	8	8	7	9	11	5	8	9	13	13	10	14	7	3
město výzkumu a inovací	8	7	3	5	2	2	6	4	6	4	5	3	3	4
atraktivní pro podnikání a podnikatele	8	9	5	6	4	8	6	5	10	7	8	8	8	2
dobrá zábava a zajímavé kulturní zážitky	7	8	6	6	6	9	6	6	10	6	7	7	6	1
zajímavá architektura	7	9	7	6	4	10	5	8	4	4	6	3	4	1
pohostinné a přátelské město	7	4	9	6	9	7	7	9	6	9	7	7	9	5
centrum turismu	7	9	9	5	4	13	6	6	4	4	6	4	5	1
dobré příležitosti pro aktivní pohyb a sport	6	6	8	7	10	6	13	6	8	10	8	11	9	5
město gastronomie, dobré jídlo a pití	6	7	7	5	5	8	5	5	5	7	10	6	5	5
město s výbornou VHD	6	7	3	5	3	2	4	4	6	4	4	4	4	7
atraktivní ulice, parky a náměstí, dostatek zeleně	5	5	7	7	7	9	5	7	2	5	5	4	8	6
přitažlivá atmosféra a genius loci	5	7	6	5	4	9	4	5	4	4	5	4	4	5
čisté životní prostředí	4	1	9	6	12	7	9	5	1	5	3	2	11	14
bezpečné město	3	2	5	6	11	3	5	5	2	7	3	5	8	22
dobrá nabídka atraktivního a dostupného bydlení	3	3	3	5	7	2	4	4	4	4	3	6	5	18
celkový počet přiřazených vlastností k danému městu (N)	6457	8918	2064	2304	1055	2373	1847	2712	1921	1327	2160	729	1552	1967

Poznámka: modře podbarvená pole indikují vyšší míru přiřazení vlastnosti k danému městu, červená pole nižší míru přiřazení.

Graf č. 11: Míra asociace města Brna s vybranými charakteristikami

Znění otázky: „Budu vám postupně číst různé výroky, které můžou, ale nemusí charakterizovat krajská města v ČR. U každého výroku mi prosím řekněte, se kterými krajskými městy se vám nejvíce pojí. Můžete vybrat jedno, dvě i více měst. Můžete také uvést, že daný výrok se vám nepojí se žádným krajským městem.“



4 SHRNUÍ HLAVNÍCH ZJIŠTĚNÍ

Znalost města Brna a vztah k němu

- z již potřetí realizované vlny výzkumu, jak se mění image města Brna v očích české veřejnosti, je patrné, že intenzita znalosti města Brna se příliš nemění
- více než polovina dotázaných Brno někdy navštívila, 17 % dotázaných má nebo v minulosti mělo přímou osobní zkušenost s životem v Brně a zbývající více než čtvrtina zná město pouze z doslechu
 - ~ mírně klesá podíl osob, které Brno navštívily, naopak velmi mírně stoupá podíl osob, které zde studují či studovaly)
- vztah Čechů k Brnu se také příliš nemění
- více než polovina dotázaných jej označuje jako indiferentní, dvě pětiny dotázaných deklarují, že mají Brno rádi (39 %) a pouhá 3 % respondentů svůj vztah k Brnu označily vyloženě za negativní
 - ~ z dlouhodobého pohledu se mírně navyšuje podíl osob, které mají Brno rády (+2 %)

Image města Brna

- Brno je dlouhodobě vnímáno jako město univerzit a vysokých škol, město, ve kterém se dobře nakupuje a je dopravně dobře dostupné zejména vlakem, ale i autem
- je to také město atraktivní pro absolventy vysokých škol a celkově jej občané ČR 18+ vidí jako moderní a pokrokové město, s čilým cestovním ruchem, se širokým kulturním zázemím v podobě množství kulturních památek a zajímavých kulturních akcí a živým centrem
- podstatná je také pohostinná a přátelská atmosféra města

Asociace na město Brno

- když se řekne Brno, stále se dotázaným nejčastěji vybaví výstavy a veletrhy
 - ~ z časového srovnání je však patrné, že tato asociace slábne
- s odstupem se vybaví značka piva Starobrno a historické památky (Petrov, Špilberk, Stará radnice), dále Brněnská přehrada, Kometa a závod motocyklů na Masarykově okruhu
- teprve v dalším sledu se objevují asociace na město studentů a univerzit, mezinárodní město, město kultury, obchodů a nákupů
 - ~ z časového srovnání je patrné, že se daří město Brno prezentovat zejména díky hokejovým zápasům Komety, díky rozmanitým kulturním akcím, rozvinuté síti obchodních center, ale také jako město mezinárodních rozměrů
- ve srovnání s image ostatních krajských měst se pro Brno dominantními charakteristikami stávají: město univerzit a vysokých škol, dobře dopravně dostupné v rámci Česka, město výzkumu a inovací a také město atraktivní pro podnikání a podnikatele