

INFORMACJE OGÓLNE O ZAMAWIAJĄCYM

Zleceniodawca jest Fundacją Skarbu Państwa (instytucją non-profit), powołaną przez Ministerstwo Rozwoju w 2019 roku, której jednym z kluczowych działań jest budowa odpowiedniego środowiska wokół przemysłu 4.0. W tym celu Zamawiający koordynuje i standaryzuje cyfrowe ośrodki innowacji (ang. Digital Innovation Hubs – DIH). Huby mają działać w oparciu o odpowiednią infrastrukturę technologiczną (centra kompetencji) i zapewniać dostęp do najnowszej wiedzy i technologii tak, aby wspierać przedsiębiorców w działaniach pilotażowych, testach i eksperymentach danej technologii. Celem jest zwiększenie produktywności oraz zmiana modeli biznesowych.

Inicjatywa udziela także wsparcia eksperckiego w zakresie transformacji cyfrowej oraz podnosi kompetencje kadry polskich przedsiębiorstw, organizuje szkolenia oraz promuje nowatorskie rozwiązania z obszarów, m.in.: inteligentnej analizy danych, automatyzacji, komunikacji ludzi z maszynami, wirtualizacji procesów oraz cyberbezpieczeństwa.

Zleceniodawca pomaga polskim przedsiębiorcom w procesie modernizacji i transformacji cyfrowej biznesu, tak aby prowadzone przez nich firmy były jak najbardziej konkurencyjne na rynku globalnym.

Więcej o zadaniach Zamawiającego można przeczytać na <https://przemyslprzyszlosci.gov.pl/co-robimy/>

W związku z zamiarem zlecenia usługi polegającej przeprowadzeniu badania „Postawy Polaków wobec społeczeństwa i gospodarki w dobie pandemii COVID-19”, Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości (FPPP) z siedzibą w Radomiu, ul. Malczewskiego 24, (dalej „Zleceniodawca”) zwraca się z prośbą o wstępną, niewiążącą wycenę usługi. **Niniejsze ogłoszenie nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny (Dz. U. z 2014r. poz. 121, z późn. zm.), jak również nie jest zaproszeniem do składania ofert w rozumieniu ustawy - Prawo zamówień publicznych.**

Całość badania została podzielona na cztery zadania:

Zadanie 1 - badania typu Social Network Analysis

Zadanie 2 - badanie polegające na realizacji reprezentatywnych badań ilościowych

Zadanie 3 - badanie FGI, czyli jakościowa weryfikacja danych

Zadanie 4 - badanie trackingowe – monitorowanie i prognozowanie strategicznych działań

Wycenę prosimy przeprowadzić dla każdego zadania odrębnie na załączonym do zaproszenia Formularzu Szacowania Wartości Badań. Wycena nie musi obejmować wszystkich czterech zadań.

Formularze Wyceny prosimy składać do 12.08.2021 r. do godz. 16:00 na skrzynkę poczty elektronicznej zamowienia@fppp.gov.pl

W wypadku pytań prosimy o kontakt mailowy na adres zamowienia@fppp.gov.pl

SZCZEGÓŁOWY OPIS ZADAŃ

ZADANIE 1 - badania typu Social Network Analysis

Informacje ogólne o usłudze – zadaniu do wykonania

1. Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na realizacji badania typu Social Network Analysis „Dyskursy dotyczące społeczeństwa i gospodarki w okresie pandemii COVID-19 w mediach społecznościowych – SNA”
2. Zamawiający na podstawie wymaga przeniesienia praw własności intelektualnej do wszystkich opracowań, raportów, dzieł powstałych w wyniku realizacji przedmiotu zamówienia.
3. Termin realizacji zamówienia - 4 tygodnie od dnia zawarcia umowy.

KONTEKST I UZASADNIENIE REALIZACJI BADANIA

Według Manuel Castellsa współczesne społeczeństwa zmierzają w kierunku nowej wersji porządku - społeczeństwa sieciowego, które powstaje w wyniku holistycznych zmian w społecznej, technologicznej oraz ekonomicznej sferze życia. Ukształtowanie gospodarki globalnej, wywołało przeobrażenia w procesach komunikacji, mechanizmach konkurencji oraz zmieniło charakter współpracy i funkcjonowania podmiotów rynkowych, jak i politycznych. [Nowak, Borkowski, Winkowska-Nowak 2009:209; Castells 2007:11-13]. Wskazanie elementów sieciowych społeczeństwa jako głównych formy organizacji życia społecznego, ekonomicznego i politycznego, nabiera szczególnego znaczenia w dobie pandemii COVID-19, które przeniosła publiczną, jak i prywatną aktywność życia Polaków do świata wirtualnego.

Metoda analizy sieci społecznych (SNA) umożliwia wizualizację i badanie różnych relacji tworzących się i funkcjonujących w ramach społeczeństwa sieciowego. Wykorzystanie narzędzi SNA pozwala na odtworzenie oraz przeprowadzenie wieloelementowej i wieloetapowej analizy relacji zachodzących między szeroko rozumianymi obiektami społecznymi. Uzyskane dane mają charakter relacyjny, co oznacza, że przyporządkowane są do obiektów w sieci pomiędzy którymi istnieje relacja.

W tej perspektywie badawczej, głównym przedmiotem analizy są zatem relacje łączące poszczególne elementy tworzące sieć zwane *węzłami*. Rolę węzłów mogą pełnić jednostki, grupy społeczne, podmioty gospodarcze, organizacje międzynarodowe, państwa itp. Strukturę sieci tworzą natomiast relacje zachodzące pomiędzy poszczególnymi węzłami określane mianem *krawędzi*. Oznaczają one występowanie interakcji, przepływ informacji i dóbr, podobieństwo, afiliację lub związki społeczne, polityczne i ekonomiczne. Tak też analizę sieci społecznych możemy wykorzystać do analizy relacji rodzinnych, współpracy gospodarczej czy relacji politycznych. Opisywane związki najczęściej charakteryzowane są z wykorzystaniem macierzy sąsiedztwa lub wizualizowane przy

pomocy grafów. Grafy mogą mieć charakter nieskierowany, czyli opisywać relacje typu „Kto zna kogo?” lub skierowany i dotyczyć związku typu „Kto się z kim kontaktuje?”. Poszczególnym krawędziom grafów przypisywane są wagi oznaczające wartość relacji, na której konstytuuje się sieć. Wagi mogą więc oznaczać częstotliwość interakcji, liczbę podmiotów podlegających procesowi wymiany, subiektywne odczucie przyjaźni, koszty komunikacji itp. SNA pozwala także na określenie rodzaju związku.

W dzisiejszych pandemicznych czasach nasze relacje społeczne, ekonomiczne i polityczne zostały uwikłane w swoistego rodzaju determinizm sieciowy. Liczne badania wskazują, że różne aspekty życia, które dotychczas rozpatrywano pod kątem jednostkowych, indywidualnych wyborów, znajdują się pod wpływem wirtualnych osób, którymi się otaczamy. Analogiczne sytuacje odnajdujemy na gruncie zbierania i gromadzenia informacji, kształtowania wiedzy, poglądów, preferencji politycznych i spojrzenia na rzeczywistość.

Główny cel badania

W sytuacji pandemii znacząca część publicznej aktywności Polaków przeniosła się do Internetu (zob. np. Diagnoza Społeczna), koniecznym uzupełnieniem badań jest zastosowanie Analizy Sieci Społecznościowych (SNA – Social Network Analysis). Analiza sieci społecznościowych jest metodą badania struktury społecznej i relacji międzypodmiotowych, pozwala również na badanie społecznych konsekwencji tych struktur w postaci alokacji zasobów, przepływów informacji, zmiany poglądów, itd.

Pomiar SNA ma pozwolić na uzyskanie wieloczynnikowych charakterystyk statystycznych pozwalających na eksplorację, opis i wyjaśnienie zagadnień w parametryczno-wskaźnikowej analizie danych.

Populację badaną stanowią użytkownicy Facebooka/Twittera/Instagramu w zakresie aktywności związanej z wiodącą kategorią gospodarka, preferencje polityczne.

Zakres badania

Wykorzystanie metody SNA do analizy trendów, preferencji i nastrojów widocznych w mediach społecznościowych, poprzez opisanie relacji za pomocą wskaźników określających stopień centralności oraz spójności sieci. Narzędzie SNA pozwoli na określenie właściwości sieci takich jak szybkość rozprzestrzeniania się sygnału lub przepustowość sieci.

Etap: SNA

- identyfikacja głównych trendów w mediach społecznościowych na tematy związane z sytuacją gospodarczą, sytuacją zawodową, preferencjami politycznymi, jakością relacji społecznych i rodzinnych, pandemią;
- charakterystyka badanych, ich postaw, zachowań, preferencji politycznych i wyborów;
- analiza ukrytych wzorców powiązań i relacji między nimi;
- identyfikacja głównych trendów w mediach społecznościowych w kontekście zmian społeczno-gospodarczych w dobie pandemii

- ocena skuteczności propagowania informacji w sieci;
- wskazanie kluczowych aktorów relacji;

Pytania badawcze

W kontekście analizy SNA, postawione zostały następujące pytania i cele badawcze:

1. Określenie kluczowych obiektów, które mają istotne znaczenia z punktu widzenia przekazywania danych oraz możliwości ewentualnego wywierania wpływu na inne podmioty w sieci;
2. Określenie szybkości rozpowszechnia informacji w relacjach sieciowych;
3. Zdefiniowanie charakteru pośrednictwa między obiektami w sieci. Określenie kto przekazuje istotne informacje na dany temat?
4. Ustalenie zasięgu wpływu relacji między obiektami w sieci;
5. Określenie ważności obiektów społecznych, poprzez określenie największej liczby wskazań, cytowani i odwołań;
6. Wskazanie luk komunikacyjnych w sieci, które w istotny sposób wpływają na efektywność komunikacji w sieci;
7. Określenie poziomu popularności danego elementu w sieci, poprzez np. zidentyfikowanie nieformalnego lidera;
8. Zdefiniowanie zachowań i interakcji jednostek, czy też grup tworzących sieć zależności, i odkrycie przypisywanych im ról, często niezależnych od formalnie przypisywanych pozycji.
9. Ustalenie popularnych źródeł w temacie wiodącym.

Podstawowe założenia metodologiczne

Analiza typu SNA będzie zrealizowana na bazie następujących mediów społecznościowych:

1. Facebook
2. Twitter

Obejmie do 20 haseł w określonych punktach czasowych.

Punkty czasu:

- 1) marzec 2020
- 2) październik 2020
- 3) maj 2020 i czerwiec 2020
- 4) marzec 2021
- 5) maj 2021

Wykonawca stosując SNA określi:

- Maksymalną liczbę wzmianek dla przygotowanego słowniczka słów z wiodącą kategorią

- Źródła dyskusji dotyczącej tematu wiodącego we wskazanych powyżej mediach społecznościowych
- Podział według społecznościowych kanałów dyskusji
- Wygenerowaną ilość interakcji
- Podział ze względu na interwałową intensywność interakcji (dzienna, miesięczna, kwartalna, roczna – jako referencje)
- Podział ze względu na przestrzenną intensywność interakcji (wielkość miejsca zamieszkania, NUTS2)
- Wygenerowany maksymalny zasięg w sieci
- Najbardziej popularne profile tworzące informacje w temacie wiodącym
- Łączna liczba wypowiedzi we wskazanych mediach społecznościowych
- Najbardziej popularni w sieci autorzy piszący o temacie wiodącym
- Najbardziej popularne źródła publikujące w temacie wiodącym
- Największy zasięg ze wszystkich partii i organizacji politycznych w temacie wiodącym

Wymagania dotyczące raportowania i prezentacji wyników

Wykonawca w ramach zrealizowanego badania sporządzi:

- a) 1 raport metodologiczny,
- b) 1 raport końcowy z badania wraz ze streszczeniem i tabelą rekomendacji,
- c) 1 prezentację wyników końcowych badania,

Ad. a) Raport metodologiczny

Raport metodologiczny zostanie przekazany w wersji elektronicznej oraz powinien zawierać:

- a) szczegółowy opis metodologii (w tym m.in. zakres i rodzaj planowanych analiz, szczegółowy dobór respondentów),
- b) sposób analizy danych,
- c) sposób prezentacji wyników,
- d) szczegółowy tygodniowy harmonogram,
- e) finalne wersje narzędzi analitycznych i badawczych (w tym spis dokumentów DR, scenariusze

Ad. b) Raport końcowy z badania

Raport końcowy powinien być opracowany w języku polskim, liczyć max. 120 stron (bez aneksów i załączników) oraz zostać sporządzony w formacie A4 i mieć następującą strukturę:

- a) streszczenie w formie executive summary (zawierając najważniejsze wyniki analizy, wypunktowanie wniosków wraz z rekomendacjami) liczące nie więcej niż 8 stron A4; sporządzone w języku polskim i angielskim;

- b) spis treści;
- c) wprowadzenie (opis przedmiotu, głównych założeń i celów badania analizy);
- d) opis wyników badania i ich interpretację (rozdziały powinny zawierać podsumowania i wnioski cząstkowe);
- e) wnioski oraz rekomendacje;
- f) aneksy, w tym: podsumowanie realizacji badań SNA zestawienia danych itd.);

Ad. c) Prezentacja wyników

Wykonawca przedstawi raport końcowy w formie 1 prezentacji multimedialnej.

ZADANIE 2 - badanie polegające na realizacji reprezentatywnych badań ilościowych

Informacje ogólne o usłudze – zadania do wykonania

Przedmiotem szacowania jest usługa polegająca na realizacji reprezentatywnych badań ilościowych. Zamawiający wymaga przeniesienia praw własności intelektualnej do wszystkich opracowań, raportów, dzieł powstałych w wyniku realizacji przedmiotu zamówienia.

Termin realizacji zamówienia - 4 tygodnie od dnia zawarcia umowy.

KONTEKST I UZASADNIENIE REALIZACJA BADANIA

Polska, jak i większość państw świata znajduje się dziś w bardzo trudnej sytuacji gospodarczej, społecznej i politycznej. W dniu 11 marca 2020 Światowa Organizacja Zdrowia (WHO), w wyniku pojawienia się nowego typu koronawirusa – SARS-CoV-2, ogłosiła stan globalnej pandemii COVID-19. Szybki wzrost pozytywnie zdiagnozowanych przypadków, ciężki przebieg choroby, a następnie wzrost liczby wtórnych ognisk zapalnych w wielu krajach na całym świecie, wymusił zastosowanie bezprecedensowych zakazów dotyczących podróży, implementację polityki „zostań w domu” oraz zakazu zgromadzeń. Podjęte działania, miały na celu powstrzymanie rozprzestrzeniania się pandemii koronawirusa, i mimo że wywołały negatywne skutki gospodarcze i finansowe, pozwoliły na realizację nadrzędnego celu, tj. ratowania ludzkiego życia.

Pandemia COVID-19 uznawana jest za największą na świecie od ponad 100 lat, tj. czasów pandemii grypy „hiszpanki”, która dotychczas uznawana jest za najbardziej śmiertelną pandemię w historii ludzkości – przyczyniła się do śmierci ponad 40 mln osób [Bartlett, Hayden 2005]. Potwierdzone przypadki choroby COVID-19 dotyczą prawie wszystkich państw świata. Według danych Worldometers z 17 marca 2021r, - czyli po roku od ogłoszenia pandemii - liczba potwierdzonych przypadków COVID-19 na świecie wynosiła ponad 120 mln, z powodu COVID-19 zmarło ponad 2 mln osób.

Pandemia COVID-19 określana jest nie tylko przez ekonomistów, mianem zjawiska **czarnego łabędzia** [Antipova 2020], gdyż stanowi przykład ekstremalnego zagrożenia, który niemalże na całym świecie, może wywołać negatywne konsekwencje, zarówno społeczne, jak i ekonomiczne. Ekspansja wirusa w skali globalnej, stawia nowe wymagania i wyzwania przed gospodarką, finansami publicznymi, instytucjami edukacyjnymi oraz systemem zdrowia. Towarzyszy jej, widmo recesji gospodarczej oraz drastycznego kryzysu społecznego. W dobie pandemii, podstawowym problemem jest strach, który wynika zarówno z obaw o zdrowie swoje i swoich najbliższych oraz lęku przed stratami materialnymi i moralnymi. Pandemia COVID-19 pokazała, decydentom, uczestnikom rynków finansowych, jak i ogółowi społeczeństwa, że klęski żywiołowe mogą w sposób bezpośredni zdestabilizować światowe gospodarki oraz codzienne funkcjonowanie na niespotykaną dotąd skalę. Dostępne badania oraz analizy z zakresu oceny kondycji gospodarczej i społecznej w dobie pandemii, dobrze identyfikują czynniki ryzyka i trendy na poziomie ogólnym. Brakuje jednak badań, które skupiłyby się na identyfikacji głównych problemów, obaw i oczekiwań społeczno-ekonomicznych w określonych momentach zwrotnych pandemii. Brakuje kompleksowych badań dotyczących oceny działań oraz proponowanych rozwiązań, jak i analizy wpływu pandemii na poszczególne segmenty życia jednostki.

W związku z tym planowana jest realizacja szeroko zakrojonych badań o charakterze ilościowym pozwalających podjąć powyższe wyzwanie;

GŁÓWNY CEL BADANIA

Ponad rok trwania pandemii COVID-19 pokazał potrzebę przeprowadzenia badania, które w sposób kompleksowy badałoby różne aspekty kryzysu społeczno-ekonomicznego spowodowanego pandemią. Dostępne i w miarę aktualne wyniki, już przeprowadzonych badań w tym obszarze spoglądają na ten proces z ograniczonej perspektywy, uwzględniając jedynie wybrane aspekty jak ocena działań podejmowanych przez rząd, ocena sytuacji gospodarczej czy wpływ pandemii na codzienne życie jednostki. Rzadziej można spotkać badania odnoszące się do analizy opinii, obaw i postaw oraz głównych oczekiwań i trendów funkcjonowania w rzeczywistości pandemicznej, jak i post pandemicznej.

Badanie pozwoli na ukazanie pogłębionej analizy procesów związanych z funkcjonowaniem gospodarki rozumianej jako ogół działalności polegającej na wytwarzaniu i podziale dóbr i usług zgodnie z potrzebami społeczeństwa. Zaprojektowane badanie pozwoli nie tylko na analizę wybranych zagadnień w czasie, z uwzględnieniem momentów zwrotnych okresu pandemii, ale pozwoli spojrzeć na szeroko pojętą przestrzeń społeczno-gospodarczą z dwóch perspektyw: mikro oraz makro. Wskazany model analizy z założenia będzie monitorował dynamikę i charakter zmian zachodzących na rynku z uwzględnieniem poziomu jednostkowego, poprzez wskazanie indywidualnych wartości oraz potrzeb. Pozwoli to nie tylko zrozumieć i zdefiniować główne trendy i oczekiwania w skali makro (rynek, biznes, gospodarka, społeczeństwo), ale także w skali mikro, pozwoli na analizę potrzeb, oczekiwań i obaw, tych racjonalnych jak i emocjonalnych, z punktu widzenia jednostki.

Efekty z badania zostaną wykorzystane do sformułowania bieżącej oceny sytuacji społeczno-ekonomicznej Polaków, co umożliwi podejmowanie dalszych działań na rzecz sprawnej walki z

pandemią COVID-19. Jednocześnie w ramach badania przeanalizowane zostaną związki przyczynowo - skutkowe między planami osobistymi i zawodowymi badanych, a zmianami zachodzącymi w sferze makro. Badanie przyczyni się do weryfikacji wpływu, różnych wariantów adaptacji i radzenia sobie z pandemią i ich wpływu na społeczeństwo, jak i codzienne życie jednostki.

Głównym celem tego projektu jest możliwość oszacowania wpływu pandemii na sytuację społeczno-ekonomiczną Polaków, ocena nowych realiów życia i form adaptacji do nowej pandemicznej rzeczywistości, jak i próba odpowiedzi na pytanie o wymierne korzyści oraz straty jednostki i społeczeństwa, wynikające z zaistniałej sytuacji.

Podstawowymi celami są:

Eksploracja postaw wobec prowadzonej polityki walki z pandemią, jej ocena zarówno w kontekście wprowadzanych obostrzeń, jak i form wsparcia;

Określenie znajomości prowadzonej polityki walki z pandemią oraz oczekiwań wobec tej polityki, zwłaszcza w kontekście utrzymania zasady *work life balance*;

Eksploracja postaw wobec pracy, ze szczególnym uwzględnieniem zmian zachodzących na rynku oraz ograniczeń związanych z pandemią;

Postawy wobec działań politycznych, ze szczególnym uwzględnieniem zmian zachodzących na rynku politycznym oraz oceną reakcji politycznych na sytuacje kryzysową/pandemiczną;

Odtworzenie doświadczeń związanych z adaptacją do nowych realiów życia zawodowego i rodzinnego;

Określenie barier/ograniczeń/zagrożeń ekonomicznych, osobistych i zawodowych związanych z pandemią

Określenie rekomendacji dla administracji rządowej oraz jednostek samorządowych w zakresie rozwiązywania kryzysu wywołanego przez pandemię;

ZAKRES BADANIA

Przedmiotem szacowania jest przeprowadzenie usługi badawczej i stworzenie narzędzi ilościowych, które umożliwią przygotowanie i przeprowadzenie efektywnej analizy i oceny sytuacji społeczno-ekonomiczno-politycznej społeczeństwa polskiego w dobie pandemii.

Etap - badanie reprezentacyjne ogólnopolskie

- eksploracja postaw wobec wprowadzonych obostrzeń i restrykcji w dobie pandemii COVID-19 i ocena ich wpływu na sytuację społeczno-ekonomiczno-polityczną społeczeństwa, jak i jednostki;

- określenie oczekiwanych form wsparcia, zdefiniowania pojawiających się problemów i zagrożeń na poziomie ekonomicznym, emocjonalnym, organizacyjnym i społecznym;

W szczególności na tym etapie dokonane zostanie:

- ocena obecnie obowiązujących rozwiązań mających na celu walkę z pandemią COVID-19;
- zbadanie postaw wobec wprowadzonych rozwiązań walki z pandemią w tym szczepień;
- określenie sytuacji materialnej badanych i stylu życia w dobie pandemii;

- identyfikacja powiązań pomiędzy pandemią COVID-19 a aktualną sytuacją na rynku pracy, jakością zatrudnienia, możliwością godzenia obowiązków zawodowych i rodzinnych, aspiracjami i możliwościami zawodowymi, dyskryminacją w zatrudnieniu;
- postawy wobec działań politycznych, ze szczególnym uwzględnieniem zróżnicowania ze względu na preferencje polityczne;
- zaufanie do polityków i instytucji politycznych w dobie pandemii;
- ocena aktualnej sytuacji gospodarczej w dobie pandemii;
- szersze spojrzenie na konsekwencje pandemii w wymiarze społecznym, gospodarczym i środowiskowym (3 aspekty zrównoważonego rozwoju) - ocena postrzegania pandemii COVID-19 - czy tylko w kategoriach zagrożenia, czy również możliwości/okazji zmian w kontekście zrównoważonego rozwoju, jeśli tak to w jakich obszarach?

PYTANIA BADAWCZE

Badanie powinno odpowiedzieć na wszystkie podstawione poniżej pytania badawcze. Przedstawiona lista pytań nie jest listą zamkniętą. Wskazane pytania zostaną uszczegółowione i zoperacjonalizowane w przebiegu badania oraz dopasowane do specyfiki poszczególnych grup respondentów.

- Jakie badania mają oczekiwania i jak oceniają działania rządu mające na celu walkę z epidemią koronawirusa w Polsce?
- Jaki jest stosunek badanych wobec wprowadzonych restrykcji?
- Jaki jest stosunek badanych do wprowadzonych ograniczeń dotyczących wychodzenia z domu i kontaktów międzyludzkich?
- Jak badani oceniają zaproponowane pakiety pomocowe dla firm i pracowników?
- Jak według badanych są szanse rządu na poprawę aktualnej sytuacji gospodarczej?
- Jakie oczekiwania posiadają badani wobec organizacji opieki medycznej oraz szczepień? Które rozwiązania warto pozostawić (np. teleporady)?
- Określenie jaką badani posiadają wiedzę na temat wpływu pandemii na zdrowie i życie oraz ustalenie przekonań co do celowości i zasadności wprowadzonych obostrzeń?
- Ustalenie jak badani oceniają swoją sytuację zawodową w dobie pandemii i ograniczeń z nią związanych? Czy pojawiły się nowe szanse, zagrożenia i bariery dla ich płynności zawodowej?
- Czy pojawiło się ryzyko utraty obecnej pracy (zwolnienia, bankructwa, upadku, likwidacji zakładu, gospodarstwa itp.)?
- Czy pojawiło się ryzyko ograniczenia działalności, zmniejszenia wymiaru czasu pracy czy zredukowania zatrudnienia w firmie?
- Czy pandemia miała pozytywny wpływ na rozwój kariery zawodowej?
- Jak badani oceniają nowe formy adaptacji przedsiębiorstw i zakładów pracy do wprowadzonych zmian? Jakie są ich oczekiwania w tym zakresie?
- Jaki jest stosunek badanych do pracy zdalnej oraz zaproponowanych form wsparcia w postaci zasiłku opiekuńczego w sytuacji opieki nad dzieckiem/dziećmi w domu?

- Jaka jest wiedza i stosunek badanych wobec nowego modelu pracy oraz elastyczności biznesu w dobie pandemii?
- Jakie są możliwości zwiększenia efektywności i optymalności modelu dystrybucji środków wśród grup docelowych wsparcia - osób bezrobotnych, w tym tych, które utraciły zatrudnienie w związku z epidemią COVID-19 oraz tych, najbardziej oddalonych od rynku pracy?
- Określenie optymalnych form pomocy dla tych branż, zwłaszcza kulturalnej, rozrywkowej, turystycznej, gastronomicznej i transportowej, które najmocniej ucierpiały w powodu pandemii COVID-19
- Jaki jest stosunek, ocena, oczekiwania, opinie i wyobrażenia wobec KPO? Jakie kanały informacyjne badani wykorzystują do zdobywania informacji i wiedzy na temat KPO? Jaki jest stosunek do źródeł finansowania? Kto powinien być największym beneficjentem w opinii badanych? Które obszary KPO w opinii badanych, są najbardziej istotne?
- Jak jest sytuacja materialna badanych w dobie pandemii? Jakie są ich plany kredytowe oraz inwestycyjne? Czy mają jakieś oszczędności? Czy badani mają trudności z opłaceniem bieżących opłat i rachunków? Jaki jest ich stosunek do oszczędzania pieniędzy?
- Jakie są odczucia i oczekiwania badanych w zakresie zdrowia i życia?
- Ocena realizacji zasady *Work life balance* a stan społecznej izolacji?
- Jaki jest styl życia poszczególnych grup badanych, jak funkcjonują w rzeczywistości społeczno-rodzinno-zawodowej w dobie pandemii?
- Ile czasu poświęcają na pracę zawodową, życie domowe, życie towarzyskie, realizację swoich zainteresowań w dobie pandemii?
- Jak układa się ich życie małżeńsko-rodzinne w dobie pandemii?
- Jakie są ich plany prokreacyjne w dobie pandemii?
- Oszacowanie skali przemocy domowej w dobie pandemii?
- Oszacowanie skali przemocy oraz wykluczenia cyfrowego w dobie pandemii?

PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE

Wykonawca powinien zaproponować adekwatną do celów i zakresu metodologię badania: technik gromadzenia oraz analizy i oceny danych, które wykorzysta do realizacji badania, wraz z uzasadnieniem. Poniżej podany został minimalny zakres metodologii, szczegółowe rozstrzygnięcia dotyczące metod badawczych, w tym sprecyzowanie wielkości i schematów doboru prób badawczych muszą być przedstawione przez Wykonawcę.

Etap – badanie reprezentacyjne

Wywiady prowadzone będą metodą badania ankietowego wspomaganego komputerowo (CATI) na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie osób w wieku od 18 lat, liczącej co najmniej 1100 osób.

W kontekście podejmowanej problematyki, z jednej strony będzie nas interesować indywidualna sytuacja mieszkaniowa badanych, z drugiej strony będzie nas interesować sytuacja gospodarstwa domowego, w którym przebywa dana osoba. Ponadto uwzględniając specyfikę życia w dużym mieście,

które kontrastuje z życiem w małych miasteczkach [Simmel 2006], badanie ma wyodrębnić reprezentatywną próbę dla miasta Krakowa, liczącą co najmniej 200 osób.

W przypadku badania w Krakowie należy zbadać indywidualnych mieszkańców oraz zebrać kilka wybranych informacji na temat całego gospodarstwa domowego (skład osobowy, sytuacja finansowa, warunki mieszkaniowe).

Operat losowania powinien zawierać pełną listę członków badanej populacji, która umożliwi wylosowanie ich próby oraz zaproszenie do badania. W polskich warunkach mamy do wyboru kilka możliwości:

bazę adresową rejestru TERYT prowadzonego przez Główny Urząd Statystyczny; zawiera ona ewidencję adresów (więc nie pojedynczych osób) w danym obszarze geograficznym;

bazę ewidencji ludności PESEL; zawiera ona rekordy identyfikujące mieszkańców Polski (baza osobowa);

bazę ewidencji ludności właściwą dla JST.

Zakładamy, że realizowana technika CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing, czyli telefoniczne badanie kwestionariuszowe wspomagane komputerowo, stanowi złożenie tradycyjnego wywiadu ankieterskiego realizowanego przez telefon z komputerowym zarządzaniem doborem próby i przebiegiem wywiadu. W procesie analitycznym zakładamy zastosowanie przez Wykonawcę rozwiniętego warsztatu technik analizy statystycznej, w tym możliwość uzyskania informacji dotyczących segmentacji badanych:

- 1) geograficznej, czyli podział bazujący na typologii przestrzennej, regionach geograficznych, wielkości aglomeracji, miast i wsi, a zwłaszcza na podziale administracyjnym NTS (Nomenklatura Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych NTS),
- 2) demograficznej, czyli podział ze względu na charakterystyki demograficzne, np. płeć, wiek, dochód,
- 3) behawioralnej, czyli klasyfikacja pod kątem deklarowanych wskazanych przez Zamawiającego postaw;

WYMAGANIA DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA I PREZENTACJI WYNIKÓW

Wykonawca w ramach zrealizowanego badania sporządzi:

1 raport metodologiczny,

1 raport końcowy z badania wraz ze streszczeniem i tabelą rekomendacji,

1 prezentację wyników końcowych badania,

Ad. a) Raport metodologiczny

Raport metodologiczny zostanie przekazany w wersji elektronicznej oraz powinien zawierać:

- szczegółowy opis metodologii (w tym m.in. zakres i rodzaj planowanych analiz, szczegółowy dobór respondentów),

- sposób analizy danych wraz z techniką ważenia w przypadku danych CAPI,
- opis głównych ryzyk (specyficznych dla niniejszego badania) wraz z metodami ich przewycięzania,
- sposób prezentacji wyników,
- szczegółowy tygodniowy harmonogram,
- zakres odpowiedzialności poszczególnych członków zespołu w stosunku do proponowanego planu pracy wraz z uzasadnieniem tego podziału
- finalne wersje narzędzi analitycznych i badawczych (w tym spis dokumentów DR, scenariusze wywiadów oraz kwestionariusz ankiety).

Ad. b) Raport końcowy z badania

Raport końcowy powinien być opracowany w języku polskim, liczyć max. 120 stron (bez aneksów i załączników) oraz zostać sporządzony w formacie A4 i mieć następującą strukturę:

- streszczenie w formie executive summary (zawierając najważniejsze wyniki analizy, wypunktowanie wniosków wraz z rekomendacjami) liczące nie więcej niż 8 stron A4; sporządzone w języku polskim i angielskim;
- spis treści;
- wprowadzenie (opis przedmiotu, głównych założeń i celów badania analizy);
- opis wyników badania i ich interpretację (rozdziały powinny zawierać podsumowania i wnioski cząstkowe);
- wnioski oraz rekomendacje;
- aneksy, w tym: podsumowanie realizacji badań terenowych oraz zestawienia danych oraz narzędzia badawcze/analizyczne (zestawienia danych, transkrypcje z badań jakościowych, załączniki z formularzami użytych narzędzi, wykorzystane źródła);

Wykonawca powinien dążyć do tego, aby zaproponowane rekomendacje były adekwatne, użyteczne i realne do wdrożenia, a także wynikały z uzyskanych wniosków. Rekomendacje nie powinny przedstawiać propozycji działań, które zostały już podjęte w obszarze objętym badaniem. Rekomendacje powinny zostać przedstawione w formie pozwalającej na bezpośrednie operacyjne zastosowanie, tzn. w formie propozycji konkretnych zapisów w zakresie sposobu wdrożenia rekomendacji. Należy także dokonać ich priorytetyzacji.

Ad. c) Prezentacja wyników

Wykonawca przedstawi wstępny raport metodologiczny, wstępne wyniki badań oraz raport końcowy w formie 3 prezentacji multimedialnych.

ZADANIE 3 - badanie FGI, czyli jakościowa weryfikacja danych

KONTEKST I UZASADNIENIE REALIZACJA BADANIA

Pandemia stawia przed badaniami empirycznymi nowe wymagania oraz nowe wyzwania, narzuca konieczność bardzo konkretnych czynności i zadań. Szerokie możliwości interpretacji podstaw życia społecznego daje zogniskowany wywiad grupowy, zwany inaczej fokusowym (z ang. *Focus Group Interview FGI*), który należy do grupy metod jakościowych. Z definicji FGI to: „technika badawcza, w której poprzez współdziałanie, interakcję grupy uczestników, badacz zbiera niezbędne dla jego celów informacje” [Lisek-Michalska, 2015:16]. Jego istotę stanowi przeprowadzenie ustrukturyzowanej dyskusji dotyczącej zagadnień określonych na etapie przygotowania badania.

Zogniskowany wywiad grupowy, wraz ze swobodną rozmową, wywiadem pogłębionym oraz wywiadem kwestionariuszowym wpisują się w jedną empiryczną rodzinę [Lutyński, 1972]. Niemniej, swoistą cechą FGI jest grupowa interakcja oraz dyskusja, dzięki czemu pozyskane dane są rzetelne i trafne [Silverman, 2009] oraz dają możliwość dotarcia do autentycznych doświadczeń badanych oraz dają możliwość konstruowania znaczeń. Ponadto badania focusowe pozwalają na analizę emocji i reakcji pozawerbalnych uczestników badania [Dukaczewska-Naęcz, 1999]. Swobodna i niezobowiązująca rozmowa, oparta na partnerskich zasadach, umożliwia uzyskanie odpowiedzi nawet na tematy drażliwe i trudne.

Pandemiczna rzeczywistość nie ma z góry ustalonego charakteru, dlatego można ją opisywać zarówno ilościowo, jak i jakościowo. Badania focusowe służą nie tylko zebraniu informacji o głównych wzorach myślenia czy słownictwie badanych. FGI stanowi zarazem dobre wsparcie dla metod ilościowych [Dukaczewska-Naęcz, 1999].

GŁÓWNY CEL BADANIA

Podstawowym celem zaprojektowanego badania empirycznego jest uzyskanie szczegółowego materiału do analizy – opinii, argumentów oraz rozwiązań proponowanych przez uczestników badania na temat sytuacji gospodarczej oraz społecznej w dobie pandemii. Podjęta problematyka jest w swej istocie

wielowymiarowa i nieostra. Wiedza jaką dysponujemy w tym zakresie jest fragmentaryczna i niepełna, gdyż dotychczasowe badania dotyczyły tylko wybranych aspektów podejmowanego problemu.

Opisanie wskazanych problemów za pomocą „parametrów i wskaźników” nie pozwala w pełni dotrzeć do sedna analizowanych problemów ze względu na ograniczenia interpretacyjne, narzucone przez stosowanie ogólnych i powierzchownych kategorii. Posługując się badaniami jakościowymi można dotrzeć w głąb badanego zjawiska, kładąc akcent na przeżyte doświadczenia można poznać znaczenia, które ludzie przypisują zdarzeniom, procesom i strukturze życia społecznego.

Wskazany etap badań ma charakter eksploracyjny, a jego celem jest wskazanie subiektywnych odczuć respondentów związanych z pandemią. Swoistego rodzaju *novum realiów* życia, wymaga od badacza pozostawienia miejsca na kontekst i subiektywne odczucia badanych, czyli miejsca na te zjawiska i procesy, których na początku badań nie zakładano.

Uwzględniając wszelkie plusy i minusy badania fokusowego, za **główny cel analiz postawiono dokładne poznanie badanych i ich rzeczywistości w dobie pandemii, a w konsekwencji zrozumienie i zinterpretowanie współczesności z ich punktu widzenia.**

Celowo nie są tu stawiane żadne założenia ani hipotezy wstępne, gdyż nadmierna standaryzacja mogłaby zniekształcić adekwatny opis analizowanych zagadnień. Tak przeprowadzone badanie, pozwoli na uchwycenie pandemii na styku poszczególnych sfer życia jednostki oraz ukazanie ich subiektywnej oceny sytuacji gospodarczej, społecznej i politycznej.

10.1 Zakres badania

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie usługi badawczej i stworzenie narzędzi FGI do gromadzenia danych, które umożliwią przygotowanie i przeprowadzenie efektywnej analizy i oceny sytuacji społeczno-ekonomiczno-politycznej społeczeństwa polskiego w dobie pandemii.

Badanie będzie składało się z dwóch etapów:

ETAP I – Desk Research

- eksploracja danych i opracowanie potencjalnych zmiennych;
- identyfikacja danych, wskaźników i obiektów;
- analiza istotnych dla zrealizowania badania danych statystycznych;
- analiza trendów podstawowych cech związanych z przedmiotem badania;
- wielowymiarowa analiza porównawcza obecnych wyników na tle wcześniejszych deklaracji z uwzględnieniem bieżącej sytuacji społecznej oraz zdefiniowanych segmentów analizy;

ETAP II – FGI (eksploracyjne badanie jakościowe)

- uzyskanie wartościowych danych jakościowych wynikających ze ścierania się opinii;
- kumulacja danych i przyrastanie informacji w czasie;
- ukazanie emocji i subiektywnych odczuć badanych na wskazane zagadnienia;
- ukazanie postaw i przekonań respondentów;
- ocena proponowanych rozwiązań w walce z pandemią;
- zdefiniowania postaw w kontekście badanej rzeczywistości;

10.2 Problemy badawcze – obszary do opracowania scenariusza FGI

W kontekście analizy FGI, postawione zostały następujące obszary badawcze:

1. W jaki sposób aktywności podejmowane w sferze prywatnej mają wpływ na życie nasze i naszych najbliższych?
2. Która ze sfer życia jednostki jest najbardziej przeciążona?
3. Jak przebiega reorganizacja naszych codziennych zwyczajów, i jaki ma to wpływ na sytuację ekonomiczną polskich rodzin?
4. Jak pandemia wpłynęła na życie zawodowe?
5. Jak pandemia wpłynęła na działalność społeczną/obywatelską?
6. W jaki sposób rząd poradził sobie z falami pandemii?
7. W jaki sposób pandemia i reakcje na nią będzie miała wpływ na decyzje wyborcze?
8. W jaki sposób i z jakim skutkiem nowe formy zarobkowania i nauczania realizują się w przestrzeniach prywatnych?
9. Jaka jest efektywności współpracy na gruncie zawodowym i edukacyjnym?

10. W jaki sposób nowe formy organizowania życia codziennego wpływają na kwestie społeczno-ekonomiczne w skali całego kraju?
11. W jaki sposób pandemia i związane z nią nowe sytuacje społeczne (obostrzenia, kwarantanna, *lock down*, ograniczenia w funkcjonowaniu handlu i rozrywki) wpływają na nasze codzienne życie?
12. W jaki sposób pandemia kształtuje nowe ramy codzienności (namysł nad czynnościami dotychczas wykonywanymi bezrefleksyjnie)?
13. W jaki sposób badani starają się wykreować poczucie normalności i kontroli nad zmieniającą się rzeczywistością?
14. Jaka jest opinia badanych, jakie towarzyszą im emocje i przemyślenia w kontekście życia w czasie pandemii?
15. Jakie są oczekiwane kierunki zmiany społecznej oraz oczekiwane formy wsparcia?
16. Jakiej, aktualna sytuacja społeczno-gospodarcza wykreowała nowe zagrożenia i problemy?
17. Jak badani oceniają walkę instytucji publicznych z pandemią?

PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE

Wykonawca powinien zaproponować adekwatną do celów i zakresu metodologię badania: zestaw metod i technik gromadzenia oraz analizy i oceny danych, które wykorzystają do realizacji badania, wraz z uzasadnieniem. Poniżej podany został minimalny zakres metod badawczych, szczegółowe rozstrzygnięcia dotyczące metod badawczych, w tym sprecyzowanie wielkości i schematów doboru prób badawczych muszą być przedstawione przez Wykonawcę.

ETAP I – Desk research

Wykonanie analizy źródeł wtórnych – pozyskanie i eksploracja danych związanych z wiodącą problematyką, w tym m. in. adekwatnych raportów i analiz CBOS, IBRiS, Kantar oraz dokumenty statystyki publicznej, sprawozdania i analizy. Indeks materiałów stanowić powinien immanentną część oferty.

Etap II – FGI (eksploracyjne badania jakościowe)

Zogniskowane Wywiady Grupowe prowadzone przez moderatora w celowo dobranej grupie osób (6-cio osobowej), czas trwania: trwania wywiadu około 2 godziny. Próba będzie rekrutowana ze względu na wiek, płeć, wykształcenie i wielkość miejscowości zamieszkania.

Metody jakościowe nie należą do metod umożliwiających gromadzenie danych reprezentatywnych¹. Wielkość liczebności pomiarów oraz schematy doboru próby nie wpływają na zwiększenie wartości generalizacyjnej danych jakościowych, czyli możliwości wnioskowania z próby na populację. W badaniach niekwantyfikowanych (jakościowych) kluczową kwestią jest zakres autentyczności informacji wraz z problemem rzetelności jakościowych mierników (pytań scenariusza). Zaplanowano przeprowadzenie 9 wywiadów typu mini-FGI - razem 54 kwalifikowanych respondentów.

Grupy wieku respondentów:

- 18-34 lat
- 35-49 lata
- 50-64 lat

Wielkość miejscowości zamieszkania:

- Duże miasta – powyżej 400 tys. mieszkańców
- Średnie miasta – powyżej 100 tys. do 400 tys. mieszkańców
- Małe miasta/wieś – do 100 tys. Mieszkańców

Wykształcenie:

- Wyższe

¹ Aby można było uogólniać wyniki uzyskane dla próby losowej na całą populację, próba musi być reprezentatywna, tzn. struktura próby ze względu na interesujące nas cechy musi być zbliżona do struktury populacji generalnej. Reprezentatywność próby może być osiągnięta, gdy są spełnione dwa warunki: 1) elementy populacji są dobierane do próby w sposób losowy, 2) próba jest wystarczająco liczna. Przez losowy dobór elementów do próby rozumiemy taki sposób postępowania, w którym każda jednostka ma znane (różne od zera) prawdopodobieństwo znalezienia się w próbie, a dla każdego podzbioru jednostek populacji generalnej, można ustalić prawdopodobieństwo dostania się do próby. Badanie jakościowe bazuje na doborze respondentów w sposób celowy, a nie losowy stąd brak reprezentatywności.

- Średnie
- Podstawowe i zawodowe

Schemat badania jakościowego: (K+M – grupy łączone kobiet i mężczyzn, K/M – grupy)

Tab. 1. Struktura wg kategorii respondentów i liczby FGI

Kategorie	Duże miasta	Średnie miasta	Małe miasta/wieś
18-34 lat	K+M	K+M	K/M
35-49 lat	K+M	K/M	K+M
50-64 lat	K/M	K+M	K+M
Total	3	3	3

Schemat badania jakościowego: (W - wykształcenie średnie, S – wykształcenie średnie, ZP – wykształcenie podstawowe i zawodowe)

Tab. 2. Struktura wg kategorii wieku, wielkości miejscowości zamieszkania i poziomu wykształcenia

Kategorie	Duże miasta	Średnie miasta	Małe miasta/wieś
20-34 lat	W	W	S
35-49 lat	S	S	S
50-64 lat	S	ZP	ZP
Total	3	3	3

Dla badań należy przygotowywać materiały i informacje dla respondenta (listy intencjonalne i scenariusze). Spełnione tym samym muszą być podstawowe wymogi kodeksu ESOMAR² mówiące, że udział w badaniu powinien być świadomy i dobrowolny. Respondentów należy poinformować o charakterze przedsięwzięcia. List intencyjny do jednostki winien być opracowany według przyjętych wzorów, w którym zawarto wszystkie wymagane przez PKJPA³ informacje. Kontrola jakości

² ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) Europejskie Stowarzyszenie Badaczy Opinii Publicznej i Rynku. Działalność stowarzyszenia ukierunkowana jest na podnoszenie standardów etycznych badań opinii publicznej i badań rynkowych, np. przez "Międzynarodowy Kodeks postępowania w badaniach rynkowych i społecznych" opracowany wspólnie przez ESOMAR i ICC (Międzynarodową Izbę Handlu).

³ Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów (PKJPA) ustala minimalne normy jakości pracy w zakresie organizacji Działu Realizacji oraz sieci terenowej, rekrutacji ankieterów i koordynatorów, ich szkolenia, nadzoru i koordynacji ich pracy, a także kontroli poprawności wykonanej przez nich pracy.

zbieranych danych i zabezpieczenia danych musi obejmować całościową ocenę zebranego materiału i pracy moderatorów w oparciu o standardy ESOMAR.

WYMAGANIA DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA I PREZENTACJI WYNIKÓW

Wykonawca w ramach zrealizowanego badania sporządzi:

- d) 1 raport metodologiczny,
- e) 1 raport końcowy z badania wraz ze streszczeniem i tabelą rekomendacji,
- f) 1 prezentację wyników końcowych badania,

Ad. a) Raport metodologiczny

Raport metodologiczny zostanie przekazany w wersji elektronicznej oraz powinien zawierać:

- f) szczegółowy opis metodologii (w tym m.in. zakres i rodzaj planowanych analiz, efektywny dobór respondentów),
- g) sposób analizy danych,
- h) opis głównych ryzyk (specyficznych dla niniejszego badania) wraz z metodami ich przewycięzania,
- i) sposób prezentacji wyników,
- j) szczegółowy tygodniowy harmonogram,
- k) zakres odpowiedzialności poszczególnych członków zespołu w stosunku do proponowanego planu pracy wraz z uzasadnieniem tego podziału,
- l) finalne wersje narzędzi analitycznych i badawczych (w tym spis dokumentów DR, scenariusze wywiadów).

Ad. b) Raport końcowy z badania

Raport końcowy powinien być opracowany w języku polskim, liczyć max. 50 stron (bez aneksów i załączników) oraz zostać sporządzony w formacie A4 i mieć następującą strukturę:

- g) streszczenie w formie executive summary (zawierając najważniejsze wyniki analizy, wypunktowanie wniosków wraz z rekomendacjami) liczące nie więcej niż 4 stron A4; sporządzone w języku polskim i angielskim;
- h) spis treści;
- i) wprowadzenie (opis przedmiotu, głównych założeń i celów badania analizy);
- j) opis wyników badania i ich interpretację (rozdziały powinny zawierać podsumowania i wnioski cząstkowe);
- k) wnioski oraz rekomendacje;
- l) aneksy, w tym: podsumowanie realizacji badań terenowych oraz zestawienia danych oraz narzędzia badawcze/analizacyjne (transkrypcje z badań jakościowych, załączniki z formularzami użytych narzędzi, wykorzystane źródła);

Wykonawca powinien dołożyć starań, aby zaproponowane rekomendacje były adekwatne, użyteczne i realne do wdrożenia, a także wynikały z uzyskanych wniosków. Rekomendacje nie powinny przedstawiać propozycji działań, które zostały już podjęte w obszarze objętym badaniem. Rekomendacje powinny zostać przedstawione w formie pozwalającej na bezpośrednie operacyjne zastosowanie, tzn. w formie propozycji konkretnych zapisów w zakresie sposobu wdrożenia rekomendacji. Należy także dokonać ich priorytetyzacji.

Ad. c) Prezentacja wyników

Wykonawca przedstawi wstępny raport metodologiczny, oraz raport końcowy w formie 2 prezentacji multimedialnych.

ZADANIE 4 - badanie trackingowe – monitorowanie i prognozowanie strategicznych działań

KONTEKST I UZASADNIENIE REALIZACJA BADANIA

Ponad rok trwania pandemii COVID-19, doprowadził na całym świecie do wzrostu zmienności cen akcji, spadku nominalnych stóp procentowych i spadku realnego PKB [Barro i in. 2020]. Ogromna niepewność wiąże się z ostateczną skalą

epidemii mierzoną liczbą osób zmarłych i zainfekowanych wirusem SARS-CoV-2. Wciąż nie można ocenić pełnych globalnych skutków gospodarczych pandemii koronawirusa. Niemniej badając wpływ pandemii COVID-19 na sytuację ekonomiczną, należy odnieść się do definicji kryzysu, przez który należy rozumieć nie tylko spadek wzrostu gospodarczego, ale także zwiększającą się nierówność w dochodach i szansach, rosnącą niestabilność sektora finansowego, problemy środowiskowe, a także zanik kapitału społecznego, ludzkiego, jak i moralnego [Horodecka 2017]. W świetle nowych wyzwań, kluczowe wydaje się odpowiednie prowadzenie polityki gospodarczej.

Kryzys gospodarczy związany z koronawirusem stanowi ogromne wyzwanie dla polskiej gospodarki i źródeł utrzymania. Skutki obecnego kryzysu epidemiologicznego są w poszczególnych sektorach i przedsiębiorstwach różne i zależą od szeregu czynników. Różne są też problemy, potrzeby i oczekiwania.

Narzędziem umożliwiającym monitorowanie i śledzenie dynamiki procesów rynkowych, są badania trackingowe, które umożliwiają prognozowanie stanów przyszłych i planowanie długofalowych strategii działań oraz monitorowanie skuteczności tych już podjętych. Tym samym dają możliwość programowania działań i rekomendacji w kontekście pojawiających się trudności.

GŁÓWNY CEL BADANIA

W dzisiejszych czasach efektywne uprawianie polityki gospodarczej, w tym uwzględnienie potrzeb i oczekiwań przedsiębiorców wymaga coraz bardziej złożonych narzędzi analitycznych. Obecnie nie ma badania, które w sposób kompleksowy ukazywałoby różne, społeczne i gospodarcze aspekty działania przedsiębiorstw. Dostępne i w miarę aktualne wyniki już przeprowadzonych badań w tym obszarze, uwzględniają jedynie wybrane aspekty badanej problematyki, ukazując niepełny obraz gospodarczej rzeczywistości.

Badanie pozwoli na ukazanie pogłębionej analizy trendów i dynamiki postaw świadomości gospodarczej polskich przedsiębiorców. Zastosowanie badań trackingowych, pozwoli na wyznaczenie naturalnego rytmu planowania strategicznego w przedsiębiorstwach. Proponowane badania pozwolą na

zdefiniowanie w jego obrębie przedsiębiorstw, określenie ich preferencji i wskazanie potrzeb, oraz ukażą specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw w dobie pandemii.

Jednocześnie, w ramach badania zostaną przeanalizowane związki przyczynowo - skutkowe między pandemią (obostrzenia, restrykcje, *lock down*, tarcze) a sytuacją przedsiębiorców w Polsce.

Brak szczegółowego rozpoznania aktualnej sytuacji przedsiębiorców uniemożliwia zidentyfikowanie podstawowych zagrożeń dla polskiej gospodarki spowodowanych pandemią. **Głównym celem badania jest zatem monitorowanie wybranych wskaźników ukazujących wpływ pandemii oraz decyzji administracyjnych na kondycję polskich przedsiębiorstw, analizę ich bieżącej sytuacji oraz wypracowanie rekomendacji i rozwiązań mających zapobiegać pogarszaniu się sytuacji w kraju.**

Zakres badania

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie usługi badawczej i stworzenie narzędzi gromadzenia danych, które umożliwią przygotowanie i przeprowadzenie efektywnej analizy i oceny sytuacji polskich przedsiębiorców w dobie pandemii.

Etap – reprezentatywne ilościowe badanie polskich przedsiębiorców

- eksploracja postaw wobec wprowadzonych obostrzeń i restrykcji w dobie pandemii COVID-19 i ocena ich wpływu na sytuacje przedsiębiorstw
- określenie oczekiwanych form wsparcia, zdefiniowania pojawiających się problemów i zagrożeń na poziomie ekonomicznym, emocjonalnym, organizacyjnym i społecznym;
- ocena aktualnej sytuacji przedsiębiorców oraz szans na powrót do sytuacji z przed pandemii;

Pytania badawcze

Badanie powinno odpowiedzieć na wszystkie podstawione poniżej pytania badawcze. Przedstawiona lista pytań nie jest listą zamkniętą. Wskazane pytania

zostaną uszczegółowione i zoperacjonalizowane w przebiegu badania oraz dopasowane do specyfiki poszczególnych grup respondentów.

Pytania/Obszary badawcze:

1. Ocena skutków prawnych i biznesowych zamknięcia lub ograniczenia działalności gospodarczej w dobie pandemii?
2. Jakie są skutki pandemii dla pracodawców oraz pracowników?
3. Ocena stanu zdrowia pracowników?
4. Ocena elastycznego zarządzania pracownikami oraz jakość pracy zdalnej?
5. Ocena możliwości skorzystania z wdrażanych działań ostonowych?
6. W jaki sposób przedsiębiorstwa odnalazły się w nowej rzeczywistości? (które branże, jak i dlaczego te)
7. Potrzeby kompetencyjne przedsiębiorców i niedopasowania o rynku pracy w poszczególnych sektorach?
8. Ocena kondycji polskich przedsiębiorstw oraz koniunktury w dobie pandemii.
9. Aktywność polskich przedsiębiorców;
10. Jaki jest stosunek, ocena, oczekiwania, opinie i wyobrażenia wobec KPO? Jakie kanały informacyjne badani wykorzystują do zdobywania informacji i wiedzy na temat KPO? Jaki jest stosunek do źródeł finansowania? Kto powinien być największym beneficjentem w opinii badanych? Które obszary KPO w opinii badanych, są najbardziej istotne?

PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE

Wykonawca powinien zaproponować adekwatną do celów i zakresu metodologię badania: zestaw metod i technik gromadzenia oraz analizy i oceny danych, które wykorzysta do realizacji badania, wraz z uzasadnieniem. Poniżej podany został minimalny zakres metod badawczych, szczegółowe rozstrzygnięcia dotyczące metod badawczych, w tym sprecyzowanie wielkości i schematów doboru prób badawczych muszą być przedstawione przez Wykonawcę.

Etap – badanie reprezentatywne

Wywiady prowadzone będą metodą badania ankietowego wspomaganego komputerowo (CATI) na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie przedsiębiorców, liczącej co najmniej 1000 osób. Zakładamy, że realizowana technika CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing, czyli telefoniczne badanie kwestionariuszowe wspomagane komputerowo, stanowi złożenie tradycyjnego wywiadu ankietarskiego realizowanego przez telefon z komputerowym zarządzaniem doбором próby i przebiegiem wywiadu. W procesie analitycznym zakładamy zastosowanie przez Wykonawcę rozwiniętego warsztatu technik analizy statystycznej, w tym możliwość uzyskania informacji dotyczących segmentacji badanych:

- 1) geograficznej - Nomenklatura Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych NTS2 - województwa),
- 2) sekcje PKD;
- 3) wielkości przedsiębiorstwa – liczby zatrudnianych pracowników według PARP.

WYMAGANIA DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA I PREZENTACJI WYNIKÓW

Wykonawca w ramach zrealizowanego badania sporządzi:

- g) 1 raport metodologiczny,
- h) 1 raport końcowy z badania wraz ze streszczeniem i tabelą rekomendacji,
- i) 1 prezentację wyników końcowych badania,

Ad. a) Raport metodologiczny

Raport metodologiczny zostanie przekazany w wersji elektronicznej oraz powinien zawierać:

- m) szczegółowy opis metodologii (w tym m.in. zakres i rodzaj planowanych analiz, szczegółowy dobór respondentów),
- n) sposób analizy danych wraz z techniką ważenia w przypadku danych CAPI,
- o) opis głównych ryzyk (specyficznych dla niniejszego badania) wraz z metodami ich przewycięzania,

- p) sposób prezentacji wyników,
- q) szczegółowy tygodniowy harmonogram,
- r) zakres odpowiedzialności poszczególnych członków zespołu w stosunku do proponowanego planu pracy wraz z uzasadnieniem tego podziału
- s) finalne wersje narzędzi analitycznych i badawczych (w tym spis dokumentów DR, scenariusze wywiadów oraz kwestionariusz ankiety).

Ad. b) Raport końcowy z badania

Raport końcowy powinien być opracowany w języku polskim, liczyć max. 120 stron (bez aneksów i załączników) oraz zostać sporządzony w formacie A4 i mieć następującą strukturę:

- m) streszczenie w formie executive summary (zawierając najważniejsze wyniki analizy, wypunktowanie wniosków wraz z rekomendacjami) liczące nie więcej niż 8 stron A4; sporządzone w języku polskim i angielskim;
- n) spis treści;
- o) wprowadzenie (opis przedmiotu, głównych założeń i celów badania analizy);
- p) opis wyników badania i ich interpretację (rozdziały powinny zawierać podsumowania i wnioski cząstkowe);
- q) wnioski oraz rekomendacje;
- r) aneksy, w tym: podsumowanie realizacji badań terenowych oraz zestawienia danych oraz narzędzia badawcze/analityczne (zestawienia danych, transkrypcje z badań jakościowych, załączniki z formularzami użytych narzędzi, wykorzystane źródła);

Wykonawca powinien dążyć starań, aby zaproponowane rekomendacje były adekwatne, użyteczne i realne do wdrożenia, a także wynikały z uzyskanych wniosków. Rekomendacje nie powinny przedstawiać propozycji działań, które zostały już podjęte w obszarze objętym badaniem. Rekomendacje powinny zostać przedstawione w formie pozwalającej na bezpośrednie operacyjne zastosowanie, tzn. w formie propozycji konkretnych zapisów w zakresie sposobu wdrożenia rekomendacji. Należy także dokonać ich priorytetyzacji.

Ad. c) Prezentacja wyników

Wykonawca przedstawi wstępny raport metodologiczny, wstępne wyniki badań oraz raport końcowy w formie 3 prezentacji multimedialnych.