



Przeprowadzenie badań ilościowych i jakościowych wśród przedsiębiorców Propozycja projektu badawczego



Zielona Góra, 22 luty 2018 roku



PROPOZYCJA PROJEKTU BADAWCZEGO

PROBLEMY BADAWCZE

Problemy badawcze obszarów wyróżnionych przez Zamawiającego w ofercie oraz z wniosków zawartych w Gminnym Programie Rewitalizacji dla Gminy Starachowice na lata 2016 – 2025, a także przeanalizowanych danych zastanych dotyczących firm prowadzących działalność w województwie świętokrzyskim, ze szczególnym uwzględnieniem Starachowic.

Poniżej zostaną przedstawione główne obszary wyróżnione przez Zamawiającego oraz dodatkowe obszary wyróżnione przez Wykonawcę, które Wykonawca uznał za istotne dla analizy przedsiębiorców.

PROBLEMY	PYTANIA OGÓLNE
Kompetencje wymagane od pracowników	1. Jakie kompetencje posiadają pracownicy na lokalnym rynku pracy?
	2. Jakich kompetencji pracodawcy poszukują u pracowników?
	3. Jakie kompetencje będą pożądane w przyszłości?
Wymagania stawiane kandydatom do pracy	1. Jakie oczekiwania względem pracowników posiadają pracodawcy?
	2. Jakie wymagania stawiane przez pracodawców są w stanie spełnić pracownicy?

	3. Czy na rynku pracy istnieje wystarczająca liczba pracowników spełniających wymagania stawiane przez pracodawców?
Zapotrzebowanie na nowych pracowników	1. W jakim stopniu istnieje obecnie zapotrzebowanie na nowych pracowników?
	2. Jakie działania podejmują pracodawcy aby pozyskać pracowników?
	3. Jakie działania należałoby podjąć, aby pomóc pracodawcom w rekrutacji pracowników?
	4. Jak sytuacja w zakresie dostępności pracowników będzie wyglądała w przyszłości?
Najbardziej poszukiwane zawody na rynku	1. Jakie zawody gwarantują możliwość znalezienia pracy przez pracowników, ze względu na poszukiwanie odpowiednich osób przez pracodawców?
	2. Jakie działania należałoby podjąć aby zapewnić odpowiednią dostępność pożądanych zawodów na rynku pracy?
	3. Jakie zawody będą pożądane w przyszłości przez pracodawców?
Problemy rekrutacyjne	1. Jakie problemy rekrutacyjne występują na rynku pracy?
	2. W jaki stopniu instytucje publiczne mogą pomóc w rozwiązaniu problemów rekrutacyjnych?
	3. Jakie działania należałoby podjąć aby zmarginalizować występujące problemy rekrutacyjne?
Działania w obszarze CSR	1. Czy firmy podejmują działania w zakresie CSR?
	2. Jakie działania podejmują firmy w zakresie CSR?
	3. Jakie są powody podejmowania działań w zakresie CSR?
Sytuacja podmiotu oraz perspektywy rozwoju	1. Jak obecnie wygląda sytuacja finansowa przedsiębiorstwa?

2. Jakie działania ukierunkowane na rozwój podejmuje przedsiębiorstwo?

3. Jakie są perspektywy i bariery rozwoju przedsiębiorstwa?

METODY I TECHNIKI WYKORZYSTANE W PROJEKCIE BADAWCZYM

Poniżej przedstawiamy proponowaną metodologię badania dla modułu eksploracyjnego. Zaproponowany zestaw metod i technik badawczych zapewnia triangulację metod oraz źródeł danych. Przy każdej metodzie został przedstawiony krótki opis sposobu realizacji metody wraz dobozem próby.

Analiza desk research	Badania focusowe
Badania CATI	Wywiady pogłębione (IDI)

Analiza desk research

Analiza desk research należy do niereaktywnych metod badawczych, czyli takich, w których nie ma potrzeby angażowania jakichkolwiek uczestników badania, stąd też nie dochodzi do interakcji pomiędzy badaczem a jednostkami badanymi.¹

Polega na wykorzystaniu w badaniu dostępnych danych wtórnych takich jak publikacje, raporty, biuletyny, bazy danych, katalogi, informacje dostępne na stronach internetowych.

Do danych wtórnych należy również zaliczyć dane pochodzące z wcześniejszych analiz statystycznych przeprowadzonych przez instytuty badawcze - zarówno te dotyczące danych opinii na wybrany temat, a także dane statystyczne odzwierciedlający analizowany problem. Analiza danych statystycznych pozwala również na ukazanie pewnych zjawisk w porównaniu na różnych poziomach przestrzeni (gmina, powiat, województwo, kraj).

Jest to metoda badawcza, która zakłada szczegółową analizę dostępnych danych. Przed wykorzystaniem danych w badaniu są one analizowane pod kątem wiarygodności, rzetelności i aktualności. Desk research jest użyteczny ze względu na wysoki stopień obiektywizmu oraz możliwość wykorzystania zebranych informacji na potrzeby procedur badawczych realizowanych w kolejnych etapach badania.

¹ <https://dobrebadania.pl>

Metoda będzie polegała na zebraniu oraz analizie danych zastanych, które zostały zidentyfikowane na wstępnym etapie desk research. Znajdzie ona bardzo szerokie zastosowanie w badaniu – w przypadku niektórych modułów badawczych stanowić będzie główne źródło informacji, czasem będzie pełnić dla wnioskowania jedynie funkcję pomocniczą.

Do analizy Desk Research zostaną wykorzystane następujące źródła:

DOKUMENTY

- Gminny Program Rewitalizacji dla Gminy Starachowice na lata 2016 – 2025;
- Strategia Rozwoju Gminy Starachowice;
- Strategia Rozwoju Województwa Świętokrzyskiego do 2020 roku;
- Raporty Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości;
- Raporty Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową;
- Raport o sytuacji społeczno- gospodarczej Województwa Świętokrzyskiego w 2016 roku;
- Raport końcowy „Ocena ex-ante instrumentów finansowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020”;
- Raport końcowy „„Rozwój innowacyjności i obszaru B+R przedsiębiorstw na podstawie aplikowania o środki z Unii Europejskiej w perspektywie finansowej 2014-2020 w województwie świętokrzyskim”;
- Delimitacja Obszaru Rewitalizacji;
- Dane pochodzące ze spotkań z przedsiębiorcami organizowanymi w ramach usługi związanymi z utworzeniem Centrum CSR;
- Raport końcowy: Trendy rozwoju innowacyjności w województwie świętokrzyskim”.

DANE

- Dane z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego;
- Dane udostępnione przez Urząd Miasta w Starachowicach.

STRONY WWW

- [http://rewitalizacja.starachowice.eu/;](http://rewitalizacja.starachowice.eu/)
- [https://starachowice.eu/;](https://starachowice.eu/)
- [http://www.spinno.pl/;](http://www.spinno.pl/)
- <http://www.sse.com.pl/> .

Badania Focusowe (FGI)

Badania focusowe (FGI – Focus Group Interview) są to badania jakościowe, dzięki którym możliwe jest zbieranie danych z realnego życia w środowisku społecznym. Jest to badanie elastyczne oraz szybko daje wyniki. Prowadzone są przez moderatora, który zadaje uczestnikom pytania wg wcześniej przygotowanego scenariusza. Technika ta pozwala na swobodną interakcję pomiędzy uczestnikami wywiadu, co z każdą wypowiedzią generuje nowe wątki w dyskusji. Jest jednocześnie platformą do obserwacji ludzkich zachowań, co może być również ważną informacją ze względu na przyjęte zmienne w analizie. Wywiady focusowe w przypadku przedsiębiorców będą nagrywane na dyktafon.

Ze względu na jakość i trafność uzyskiwanych informacji powinna być prowadzona w czasie od 1 do 1,5 godziny, aby nie zniechęcić uczestników badania. Ilość uczestników to ok. 8 do 12 osób, natomiast liczba ta różni się ze względu na poszczególne typy wywiadów focusowych.

Na potrzeby badania zostaną przeprowadzone 2 FGI z udziałem 6 - 10 osób podczas każdego FGI.

Do udziału w badaniach fokusowych zostaną zaproszeni reprezentanci firm dobrani w następujący sposób:

- Przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w obszarze rewitalizacji (1 FGI);
- Przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą poza obszarem rewitalizacji (1 FGI).

Do udziału w badaniu zostaną zaproszeni przedsiębiorcy prowadzący działalność w obszarach:

- Handlu detalicznego;
- Usług dla ludności;
- Innowacyjnej działalności;
- Produkcji.

Wywiady pogłębione (IDI)

Jest to wywiad prowadzony przez badacza (moderatora) z jedną osobą. Rozmowa jest prowadzona według ustalonego i przystosowanego do ogólnych problemów badawczych scenariusza wywiadu i pozwala wejść w głąb analizowanego problemu, zjawiska.

Na potrzeby badania zostaną zrealizowane 15 IDI z przedstawicielami przedsiębiorców:

- Małych (10 IDI);
- Średnich (3 IDI);
- Dużych (2 IDI).

Do udziału w badaniu zostaną zaproszeni przedsiębiorcy prowadzący działalność w obszarach:

- Handlu detalicznego;
- Usług dla ludności;
- Innowacyjnej działalności;
- Produkcji.

Badanie internetowe CATI

W ramach modułu ilościowego proponujemy przeprowadzenie badania ankietowego z wykorzystaniem metody CATI (wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny).

Wzór kwestionariusza ankiety CATI zostanie opracowany finalnie po przystąpieniu do realizacji zadania.

Badanie CATI zostanie zrealizowane przy wykorzystaniu specjalnego oprogramowania komputerowego, które wykorzystywane będzie przez wykwalifikowanego ankietera do zadawania odpowiednio sprecyzowanych pytań.

Na potrzeby badania zostanie zrealizowane 150 ankiet, które zostaną podzielone ze względu na procentowy udział działalności gospodarczych w stosunku do gospodarczych podmiotów prawnych zarejestrowanych w Krajowym Rejestrze Sądowym:

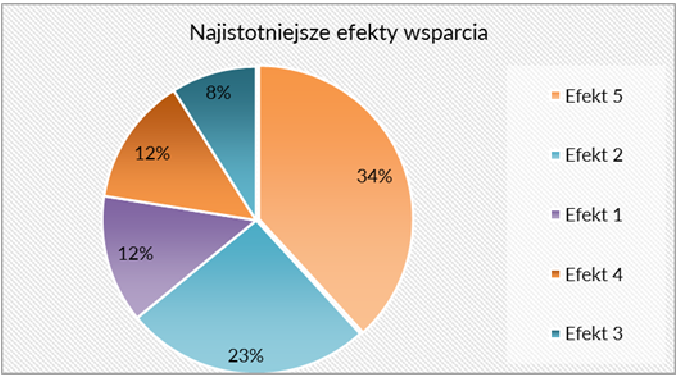
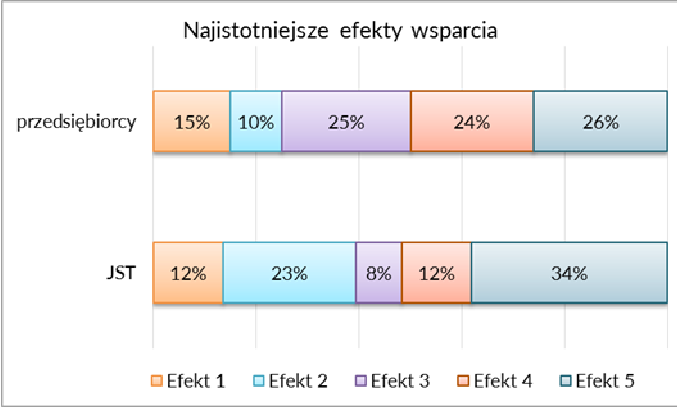
- 140 ankiet wśród jednoosobowych działalności gospodarczych;
- 10 ankiet wśród podmiotów prawnych.

Raport (analiza statystyczna oraz jakościowa)

Przeprowadzone badania pozwolą na uzyskanie odpowiedzi na postawione problemy badawcze. Aby tego dokonać zostanie przeprowadzona analiza statystyczna i jakościowa wraz z opracowaniem raportów z poszczególnych części badań jak i raportów całościowych.

W ramach usługi proponujemy realizację analiz statystycznych oraz jakościowych. Analiza statystyczna będzie obejmowała badanie i interpretację zebranego materiału statystycznego pochodzącego z badań ilościowych w celu ujawnienia w nim określonych prawidłowości i związków oraz formułowanie na ich podstawie wniosków. Będzie obejmować analizę struktury, dynamiki, natężenia i współzależności. Wyniki analiz zostaną zaprezentowane w Raporcie końcowym w postaci zestawień, tabel, wykresów i map.

Analiza statystyczna będzie również obejmować dane zastane o charakterze ilościowym. Poniżej przedstawiamy przykładowe rodzaje obliczeń i ich wyniki w formie graficznej. Poniżej przedstawiono przykładowe rodzaje analiz statystycznych i ich wyniki w formie graficznej:

Sposób analizy danych	Opis	Przykład																		
<p>Rozkłady częstości</p>	<p>Podstawowym i najprostszym sposobem analizy będzie przedstawienie zebranych wyników w postaci rozkładów częstości. Pokazywały one będą częstotliwość (w ujęciu procentowym i liczbowym) występowania danych informacji w populacji projektów. Badane zmienne prezentowane będą najczęściej w postaci wykresów lub tabel.</p>	<p>Najistotniejsze efekty wsparcia</p>  <table border="1"> <caption>Najistotniejsze efekty wsparcia (Wykres kołowy)</caption> <thead> <tr> <th>Efekt</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Efekt 5</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 2</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 1</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 4</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 3</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	Efekt	Procent	Efekt 5	34%	Efekt 2	23%	Efekt 1	12%	Efekt 4	12%	Efekt 3	8%						
Efekt	Procent																			
Efekt 5	34%																			
Efekt 2	23%																			
Efekt 1	12%																			
Efekt 4	12%																			
Efekt 3	8%																			
<p>Rozkłady krzyżowe</p>	<p>W przypadku potrzeby porównania odpowiedzi różnych kategorii np. różnego typu PKD będą rozkłady krzyżowe. Prezentowane one będą w postaci wykresów lub tabel. Dzięki nim uzyskamy informacje na temat każdej z wyodrębnionych grup, a co za tym idzie - możliwość ich łatwego porównania.</p>	<p>Najistotniejsze efekty wsparcia</p>  <table border="1"> <caption>Najistotniejsze efekty wsparcia (Wykres słupkowy)</caption> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Efekt 1</th> <th>Efekt 2</th> <th>Efekt 3</th> <th>Efekt 4</th> <th>Efekt 5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>przedsiębiorcy</td> <td>15%</td> <td>10%</td> <td>25%</td> <td>24%</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>JST</td> <td>12%</td> <td>23%</td> <td>8%</td> <td>12%</td> <td>34%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Efekt 1	Efekt 2	Efekt 3	Efekt 4	Efekt 5	przedsiębiorcy	15%	10%	25%	24%	26%	JST	12%	23%	8%	12%	34%
Kategoria	Efekt 1	Efekt 2	Efekt 3	Efekt 4	Efekt 5															
przedsiębiorcy	15%	10%	25%	24%	26%															
JST	12%	23%	8%	12%	34%															



OMR Grupa Badawcza Sławomir Koziel

ul. Rydza Śmigłego 23/10

65-610 Zielona Góra

NIP 615-192-86-02

mail: s.koziel@grupabadawcza.com.pl

tel. 531-86-08-02