

Т Е Н Д Е Р
**ТЕНДЕР ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ ФОКУС-ГРУПОВОГО
ДОСЛІДЖЕННЯ**

У межах реалізації Кластером поліграфічної індустрії, видавництва та цифрових технологій "Поліграфія: логістика, сервіс, якість" в рамках проекту «Professional Alternative Dnipro», як частина програми «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП» за спільного фінансування Європейським Союзом та урядом Німеччини через німецьку федеральну компанію Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

EU4Business – ініціатива Європейського Союзу, яка допомагає малим і середнім підприємствам у країнах Східного партнерства – Вірменії, Азербайджані, Білорусі, Грузії, Молдові, Україні. Детальніше: www.eu4business.org.ua

Місія Кластера, яка забезпечується створенням регіональної інноваційної екосистеми (PIE) та полягає у розвитку комплексу взаємопов'язаних інфраструктурних організацій, процесів та стратегічних партнерів, що діють з метою генерації та впровадження інновацій у видавничо-поліграфічній галузі та інших соціально-економічних сегментах свого регіону, а також орієнтовані на експорт.

Наступним етапом розвитку Кластеру є Фокус-групове дослідження «Шляхи підвищення інвестиційної привабливості та інноваційної діяльності видавничо-поліграфічної галузі м. Дніпро. Логістичні пріоритети для впровадження експертних політик» (з публікацією звіту на сайті кластеру).

Основна мета дослідження — визначити соціальний статус недостатньо представлених груп населення з точки зору «аутсайдера» або випадкового місцевого спостерігача;

Завдання:

- кристалізувати основні групи бенефіціарів/недопредставлених груп, які потребують найбільш активного висвітлення під час кампанії;
- систематизувати перелік найбільш гострих питань, які порушуються в громадах Донецької та Луганської областей щодо толерантності, розмаїття та інклюзивності;
- проаналізувати помітність та рівень громадської залученості до вирішення проблем/ розв'язання викликів, які постають перед маргіналізованими групами.

Очікувані результати — дослідження нададуть практичну інформацію для проведення кампанії, а саме:

- які меседжі треба комунікувати найбільше;
- на які сегменти аудиторії треба зосереджувати найбільшу увагу;
- до яких соціально чутливих питань громади мають нульовий рівень толерантності або ж навпаки;
- які пріоритети важливо визначити для подальших комунікаційних зусиль.

(1) ТЕХНІЧНІ ДЕТАЛІ ПРОВЕДЕННЯ ФОКУС-ГРУПОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Кількість:

1 фокус-група – в м. Дніпро

Вимоги:

- підрядник повинен забезпечити репрезентативність груп з точки зору демографічної структури відповідних областей та недопредставлених груп;
- підрядник повинен тісно працювати з ІУА на кожному етапі проведення дослідження, особливо щодо питань інклюзивності.

Рекомендована тривалість: 5 експерт-днів.

Кількість учасників фокус-груп: 7-15 осіб.

Формат проведення: онлайн-конференції в Zoom тощо.

(2) ПІДГОТОВКА ТА ПРОВЕДЕННЯ ФОКУС-ГРУПОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Набір учасників дослідження

Підрядник самостійно відбирає респондентів для фокус-груп. Усі вони мають бути з числа недостатньо представлених груп населення Донецької та Луганської областей:

- Жінки, молодь, літні люди.
- Особи з інвалідністю (маломобільні, користувачі інвалідних візків, особи з вадами зору, слуху, ментальними порушеннями, батьки дітей з інвалідністю).
- ЛГБТІ+: лесбійки, геї, бісексуали, трансгендери, інтерсексуали плюс.
- Етнічні меншини (роми та інші).
- ВПО та ветерани АТО.

Підрядник має:

- здійснити набір учасників за 2 тижні до проведення кожного з досліджень;
- надати короткий опис складу учасників за віком, статтю, професією, етнічною належністю принаймні за тиждень до початку кожного фокус-групового дослідження

2.2. Гайд для обговорення та модерація

Підрядник самостійно розробляє план модерованої фокус-групової дискусії, узгоджуючи питання з ІУА. Опитувальник має обов'язково включати, проте не обмежуватись такими питаннями для обговорення:

- Які з недостатньо представлених груп населення Донецької та Луганської областей є найбільш вразливими?
- До кого із недостатньо представлених груп населення Донецької та Луганської областей прослідковується найвищий рівень нетерпимості або ж навпаки?
- Які канали комунікації є найбільш поширеними серед населення Донецької та Луганської областей?
- Хто вважається локальним лідером громадської думки (мікроінфлюенсером) серед населення Донецької та Луганської областей?

- Чому питання толерантності, розмаїття та інклюзивності є актуальним і донині для населення Донецької та Луганської областей, якщо вже проводилось так багато різних інформаційних і просвітницьких кампаній?

Кандидатура модератора фокус-групи надається підрядником (ним може бути сам підрядник чи інша особа). Модератор — кваліфікований та досвідчений спеціаліст із досвідом проведення якісних досліджень не менше 3-х років.

2.3. Звітування

Підрядник синтезує формативне дослідження у звіт, що має стати інформаційною основою для розробки стратегії кампанії. Звіт подається українською та англійською мовами.

2.3.1. Звітування має включати такі компоненти:

- розшифровки фокус-групових інтерв'ю;
- звуковий та/або відеозапис обговорень у фокус-групах;
- фотоскріни запитань, які виводимуться на екран під час відеоконференції, та відповідей на них учасниками фокус-груп;
- аналітичний звіт після кожної фокус-групи;
- технічний звіт про перебіг усіх 4 фокус-груп;
- фінальний аналітичний звіт після 4 фокус-груп.

2.3.2. Фінальний аналітичний звіт

Підрядник розробляє шаблон звіту по всіх 4-х фокус-групах самостійно. Подає його не пізніше ніж за 2 тижні після усіх фокус-груп. У звіті мають бути синтезовані висновки всіх учасників, відзначаючи при цьому будь-які суттєві розбіжності в думках між учасниками та різними фокус-групами. Звіт повинен представляти фактичний аналіз (тобто не просто опис) та ілюстративні цитати учасників.

2.4. Таймлайн та план реалізації

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНІЧНА ІНФОРМАЦІЯ:

1. Складові тендерної пропозиції

- Запропонований бюджет.
- Опис досвіду у сфері проведення фокус-групових досліджень.
- Реєстраційні документи.

2. Строки надання тендерної пропозиції

- Пропозиції приймаються до 23.59 25 березня 2021 р.
- Заявку необхідно надіслати на klaster.dnipro@gmail.com з темою листа «Тендер щодо проведення фокус-групового дослідження».

3. Правила оформлення тендерної пропозиції

До участі в оцінці допускаються тендерні пропозиції, які:

- оформлені українською мовою;
- вчасно надані електронною поштою.

4. Вимоги до послуг та умови оплати

Оплата послуг здійснюється ГО «Кластер поліграфічної індустрії, видавництва та цифрових технологій "Поліграфія: логістика, сервіс, якість"» на підставі підписаного з виконавцем договору про надання послуг та кошторису

витрат на імплементацію шляхом безготівкового перерахування відповідної суми на рахунок виконавця у гривнях.

Участь у тендері можуть брати юридичні особи та Фізичні особи-підприємці (ФОП).

5. Критерії вибору переможців

- Відповідність заявки потребам замовника і умовам тендерної документації.

- Підтверджений досвід у сфері надання відповідних послуг.

- Прийнятна ціна, передбачена бюджетом, та умови надання послуг.

6. Визначення переможців

Відбудеться після фінансової та технічної оцінки запропонованих пропозицій згідно з критеріями, які зазначені у Тендерній пропозиції.

7. Оприлюднення результату

Переможцю тендеру буде надіслано лист електронною поштою з відповідною інформацією та/або повідомлено про перемогу телефоном.