

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu zaprasza do złożenia oferty cenowej na przeprowadzenie badania z zakresu relacji współpracy z konkurentami w ramach projektu: *"Identyfikacja, weryfikacja, pomiar i testowanie cech relacji kooperacji oraz ich wpływu na sprawność współpracujących konkurentów"* finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki (UMO-2020/39/B/HS4/00935).

Kierownik projektu: dr hab. Patrycja Klimas

Zamawiający jest zainteresowany zawarciem umowy na przeprowadzenie ilościowych badań ankietowych w zakresie zagadnień dotyczących **istoty, cech oraz sprawności** (z wyłączeniem kwestii finansowych) **relacji współpracy z konkurentem**. Intencją badania będzie poznanie **subiektywnych opinii** bez pytań/dociekań obiektywnych, w tym bez pytań o dane ilościowe.

Badanie odbywać się będzie w oparciu o przygotowany z odpowiednim wyprzedzeniem przez zespół badawczy kwestionariusz ankiety. Celem dołożenia należytej staranności zespół badawczy projektu, składający się z 3 osób, spotka się zdalnie z ankierem/ankierami celem szczegółowego omówienia zakresu badania oraz przedyskutowania narzędzia badawczego.

Opis badania ilościowego

Badanie ilościowe – tematyka: cechy relacji kooperacji (kooperacji, czyli współpracy z konkurencją) oraz subiektywna ocena sprawności działania firmy w kontekście kooperacji

- **Próba** – wariant A = 900 / wariant B = 630 / wariant C = 450 podmiotów prywatnych funkcjonujących w sektorach kreatywnych
 - **Docelowe organizacje:** podmioty prywatne doświadczone we współdziałaniu z konkurentem/konkurentami; podmioty działające w branżach kreatywnych klasyfikowane zgodnie z klasyfikacją DCMS 2013 (wykaz w załączeniu).
 - **Uczestnicy badania / Informatorzy:** kadra zarządzająca wyższego/średniego szczebla (top/senior management) lub właściciele przedsiębiorstw kreatywnych mających doświadczenia w długookresowej/trwałej/ponawianej (nieincydentalnej) współpracy z konkurentami (np. wspólne projekty B+R, wspólnie opracowane innowacje, koprodukcja, wspólne wejście na rynek/rynki zagraniczne, wspólny marketing) oraz wiedzę o ogólnych efektach, rezultatach tejże współpracy.
 - **Uczestnicy badania / Informatorzy:** dane gromadzone w układzie 1 informator z jednego przedsiębiorstwa (tzw. *single-informant approach*).
- **Dobór próby do badania** - losowy, warstwowy, symetryczny
 - Opcja A – dobór symetryczny: 100 podmiotów z każdej kategorii ujętej w DCMS 2013 – łącznie 900 podmiotów przebadanych.
 - Opcja B – dobór symetryczny: 70 podmiotów z każdej kategorii ujętej w DCMS 2013 – łącznie 630 podmiotów przebadanych.

- Opcja C – dobór symetryczny: 50 podmiotów z każdej kategorii ujętej w DCMS 2013 – łącznie 450 podmiotów przebadanych.
- **Techniki** gromadzenia danych: podejście mieszane z wykorzystaniem CATI, CAWI, CAWI wspomagane telefonicznie oraz PAPI (ang. *mixed mode survey*).
- **Kwestionariusz badawczy** głównie oparty na 7 punktowej skali Likerta obejmujący około 150 pytań (narzędzie już było stosowane w badaniach, jest – mimo objętości - przychylnie odbierane przez respondentów, pytania są zrozumiałe, a zastosowane skale rzetelne) – *szkielet narzędzia w załączaniu B poniżej*.
- **Forma przekazanych danych:** baza danych w formacie .xlsx oraz .sav, syntetyczny raport opisowy z realizacji badań terenowych, w tym m.in. okres gromadzenia danych, struktura wykorzystanych technik badawczych, finalna wielkość próby oraz liczba skontaktowanych podmiotów w ogóle i liczba podmiotów, które wzięły udział w badaniu, ale pozyskane odpowiedzi zostały wykluczone z uwagi na braki danych (informacje dot. liczebności są istotne celem ustalenia tzw. wskaźnik zwrotu oraz efektywny wskaźnik zwrotu)
- **Przewidywany okres realizacji:** od dnia podpisania umowy do dnia 15 lipca 2024 roku.

Podsumowując do zadań Wykonawcy należeć będzie:

- opracowanie operatu losowania/bazy kontaktowej podmiotów prywatnych działających w branżach kreatywnych klasyfikowanych zgodnie z klasyfikacją DCMS 2013 (*załącznik A poniżej*);
- konsultacja narzędzia badawczego z zespołem badawczym oraz dostosowanie kwestionariusza ankiety do wykorzystanych technik gromadzenia danych;
- rekrutacja informatorów do badania zgodnie z założeniami co do ich specyfikacji;
- realizacja badania na ustalonej próbie badawczej (wariant A, B lub C) oraz opracowanie kompletnej (tj. bez braków danych) bazy danych surowych (wraz z kodowaniem pytań) w formatach .xlsx oraz .sav,
- opracowanie syntetycznego raportu z przebiegu realizacji badania (w tym m.in. okres gromadzenia danych, średni czas wypełnienia kwestionariusza, struktura próby wg. technik gromadzenia danych, wskaźnik zwrotu (ang. response rate wskazujący jaki procent podmiotów zaproszonych do badania finalnie wziął w nim udział)).

ZAŁĄCZNIK A: KLASYFIKACJA UNCTAD

DCMS 2013	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Advertising and marketing 2. Architecture 3. Crafts 4. Product design, graphic design and fashion design 5. Film, TV, video, radio and photography 6. IT, software, video games and computer services 7. Publishing and translation 8. Museums, galleries and libraries 9. Music, performing arts, visual arts and cultural education 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reklama i marketing 2. Architektura 3. Rękodzieło 4. Projektowanie produktów, graficzne i mody 5. Film, telewizja, wideo, radio i fotografia 6. Informatyka, oprogramowanie, gry wideo i usługi komputerowe 7. Wydawnictwo i tłumaczenia 8. Muzea, galerie i biblioteki 9. Muzyka, sztuki widowiskowe, sztuki wizualne i edukacja kulturalna

Źródło: Department for Culture, Media and Sport

<https://www.gov.uk/government/collections/creative-industries-economic-estimates>

ZAŁĄCZNIK B: CECHY KOOPETYCJI (WSPÓŁPRACY KONKURENTÓW) – DRAFT NARZĘDZIA

PYTANIE FILTRUJĄCE (1 PYTANIE)

1.1. Nasze przedsiębiorstwo współpracuje z konkurencją

a) tak

b) nie

koniec badania

PYTANIA OGÓLNE DOTYCZĄCE KOOPETYCJI (5 PYTAŃ)

2.1. Proszę określić z iloma konkurentami współpracuje Państwa przedsiębiorstwo

a) z jednym

b) z dwoma

c) z więcej niż dwoma

2.2. Proszę określić obszar/-y współpracy Państwa firmy z konkurencją [proszę zaznaczyć wszystkie pasujące odpowiedzi]

a) B+R

b) logistyka

c) produkcja

d) marketing

e) sprzedaż

f) inne - jakie?

2.3. Proszę o określić dominujący rodzaj konkurentów, z którymi współpracuje Państwa przedsiębiorstwo

a) dominuje współpraca z konkurencją bezpośrednią

b) dominuje współpraca z konkurencją pośrednią

c) współpracujemy tylko z konkurencją bezpośrednią

-
- d) współpracujemy tylko z konkurencją pośrednią
 - e) współpracujemy równie często i intensywnie z konkurencją bezpośrednią i pośrednią

2.4. Proszę scharakteryzować współpracę naszej firmy z konkurentami

- a) Jesteśmy w bliskiej konkurencji z naszymi partnerami
- b) Współpracujemy z konkurentami dla osiągnięcia wspólnych celów
- c) Ważna jest dla nas aktywna rywalizacja z naszymi kooperantami

Proszę wskazać liczbę kooperacji jakie Państwa firma miała z konkurentami w ciągu

2.5. ostatnich 5 lat

[skala 1-7: całkowicie się nie zgadzam - całkowicie się zgadzam]

PYTANIA DOTYCZĄCE FAZY CYKLU ŻYCIA RELACJI WSPÓŁPRACY Z WYBRANYM KONKURENTEM (2 PYTANIA)

3.1. Relacje kooperacji (tj. relacje współpracy konkurentów) zazwyczaj rozwijają w czasie. Rozwój ten zwykle przebiega w fazach.

Która z poniższych faz wg charakteryzujących ją stwierdzeń najlepiej, najtrafniej, najdokładniej opisuje obecną specyfikę najważniejszej dla Was relacji kooperacji. Innymi słowy, w której fazie rozwoju umieścićbyś/umieścićbyś najważniejszą dla Was relację współpracy z konkurentem.

Nasza relacja kooperacji jest w fazie:

Inicjacja	<p>Pierwszy kontakt biznesowy</p> <p>Sprawdzanie wzajemnej kompatybilności / zbieżności</p> <p>Rozważanie i ustalanie wspólnych celów</p> <p>Wysoki, ale szybko malejący poziom niepewności współpracy</p> <p>Szybki wzrost przepływu zasobów</p>		
Rozwój	<p>Pierwsze doświadczenie współpracy - rozpoczęcie działań na poziomie operacyjnym</p> <p>Systematyczne i stopniowe wzmocnienie współpracy</p> <p>Wzajemne planowanie działań</p> <p>Określanie priorytetów i formalizowanie szczegółów współpracy</p> <p>Regularne kontakty i socjalizacja</p> <p>Dość niski poziom zaangażowania w sprawy partnera i wspólnego biznesu</p> <p>Rozwój osobistych relacji i wzajemnego zaufania</p>		
Utrzymanie	<p>Stabilizacja zaangażowania partnerów w relację</p> <p>Zarządzanie i bieżące kształtowanie operacyjne współpracy</p> <p>Spowolnienie wzajemnego dostosowywania się partnerów poprzez umowy i mechanizmy zarządzania</p> <p>Stale wzajemne inwestycje w relację, ale na stabilnym poziomie</p>		
Ewaluacja	Weryfikacja współpracy		
	Ocena doświadczeń zdobytych w wyniku współpracy z konkurentem		
	Ocena kosztów i korzyści wynikających z pozostania w związku i zakończenia więzi z zasobami.		
Kontynuacja/Uspienienie/ Zakończenie*	<p>Kontynuacja współpracy - umowa zostaje odnowiona lub podpisana zostaje nowa umowa o współpracy. Następuje realizacja kolejnego/kolejnych wspólnych przedsięwzięć.</p>	<p>Spadek zaangażowania partnerów w relację.</p>	
	<p>Utrzymanie zaangażowania w relację na tym samym lub wyższym poziomie.</p>	<p>Zmniejszenie transferu zasobów między partnerami.</p>	
	<p>Utrzymanie lub zwiększenie transferu zasobów między partnerami.</p>	<table border="1"> <tr> <td> <p>Uspienie współpracy - stagnacja LUB rozwiązana zostaje tylko formalna umowa, ale komunikacja (lub nawet nieznaczące przepływy innych zasobów) nadal istnieje.</p> </td> <td> <p>Zakończenie współpracy – rozwiązana zostaje umowa, ustają przepływy jakichkolwiek zasobów, w tym formalna (a być może i nieformalna) komunikacja.</p> </td> </tr> </table>	<p>Uspienie współpracy - stagnacja LUB rozwiązana zostaje tylko formalna umowa, ale komunikacja (lub nawet nieznaczące przepływy innych zasobów) nadal istnieje.</p>
<p>Uspienie współpracy - stagnacja LUB rozwiązana zostaje tylko formalna umowa, ale komunikacja (lub nawet nieznaczące przepływy innych zasobów) nadal istnieje.</p>	<p>Zakończenie współpracy – rozwiązana zostaje umowa, ustają przepływy jakichkolwiek zasobów, w tym formalna (a być może i nieformalna) komunikacja.</p>		

Czy Państwa firma wcześniej współpracowała już z wybranym konkurentem w innym przedsięwzięciu, projekcie, itp. Innymi słowy, czy ta współpraca jest kontynuowana po 3.2. osiągnięciu pierwotnych celów lub reaktywowana.

PYTANIA DOTYCZĄCE CECH WSPÓŁPRACY Z WYBRANYM KONKURENTEM (114 PYTAŃ)

Proszę określić jak długo trwa relacja kooperacji

4.1.

.....lat

4.2. Proszę określić na ile poniższe opisy charakteryzują Waszą relację z rozpatrywanym konkurentem

[skala 1-7: całkowicie się nie zgadzam - całkowicie się zgadzam]

Zasadniczo relacja ta charakteryzuje się raczej regularną niż nieregularną wymianą (np. informacyjną, rzeczową, finansową, itp.).

W tej relacji obie strony angażują się jednakowo.

W tej relacji możemy komunikować się ze sobą otwarcie i szczerze.

W tej relacji łatwo osiągnąć porozumienie w odniesieniu do pojawiających się problemów.

W tej relacji oczekuje się, że będziemy się wzajemnie informować o wydarzeniach lub zmianach, które mogą mieć wpływ na drugą stronę.

Prawdę mówiąc nasza firma nie jest zależna od tego partnera biznesowego.

OCENA WSPÓŁPRACY Z KONKURENTEM (24 PYTANIA)

Współpraca Państwa przedsiębiorstwa z konkurencją ...

5.1. [skala 1-7: całkowicie się nie zgadzam - całkowicie się zgadzam]

1. Pozwala osiągnąć oczekiwane rezultaty/wyniki i realizuje swoje kamienie milowe
2. Generuje przychody lub opinie klientów, które spełniają lub przekraczają oczekiwania
Pozwala wypracować wysokiej jakości rozwiązanie oparte na integracji technologii, zasobów
3. i/lub wiedzy obu firm
4. Generuje nowych klientów, produkty lub projekty
5. Skraca czas wprowadzania na rynek produktów, usług lub rozwiązań
6. Zwiększa nasze kluczowe kompetencje i/lub przewagę konkurencyjną
7. Podnosi konkurencyjność
8. Generuje także niespodziewane, pozytywne rezultaty
9. Generuje także niespodziewane, negatywne rezultaty

W ciągu ostatniego roku dzięki współpracy z konkurencją ...

5.2. [skala 1-7: całkowicie się nie zgadzam - całkowicie się zgadzam]

-
1. ...odkryliśmy nowe możliwości rynkowe
...mieliśmy możliwość poszerzenia (lub zróżnicowania) zakresu naszych dostawców i/lub
 2. partnerów biznesowych
 3. ...mieliśmy możliwość zwiększenia inwestycji
 4. ...zyskała na wiarygodności na rynkach, na których działa
 5. ...zaoferowała produkty/usługi na które jest wysoki popyt
 6. ...dotarła do zyskownych klientów poprzez efektywne kanały sprzedaży
...wpłynęła, bezpośrednio lub pośrednio, na tych, którzy tworzą prawo lub zasady
 7. funkcjonowania sektora
...została ochroniona przed lub zapobiegła szkodom, jakie mogły być wyrządzone przez
 8. podmioty z konfliktem interesów
 9. ...zwiększyliśmy sprzedaż
 10. ...zwiększyliśmy udziały w rynku
 11. ...zwiększyła a się satysfakcja naszych klientów
 12. ...zredukowaliśmy koszty i/lub odpady
 13. ...zwiększyliśmy produktywność
 14. ...zwiększyliśmy rentowność
 15. ...zwiększyliśmy zwroty z inwestycji

PYTANIA METRYCZKOWE (6 PYTAŃ)

6.1. Proszę określić wielkość Państwa przedsiębiorstwa w przeliczeniu na pełne etaty

a) mikro/do 9 osób b) małe/10-49 osób c) średnie/50-249 osób d) duże/250 i więcej osób

6.2. Jak długo istnieje Państwa firma?

..... lat

6.3. Jak długo Państwa firma funkcjonuje na obecnym rynku/w obecnej branży?

..... Lat

6.4. Proszę określić dominujący sektor działalności Państwa podmiotu wg klasyfikacji DCMS 20213

Dominujący sektor	Proszę zaznaczyć X
Reklama i marketing	
Architektura	
Rękodzieło	
Projektowanie produktów, graficzne i modowe	
Film, telewizja, wideo, radio i fotografia	
Informatyka, oprogramowanie, gry wideo i usługi komputerowe	
Wydawnictwo i tłumaczenia	
Muzea, galerie i biblioteki	
Muzyka, sztuki widowiskowe, sztuki wizualne i edukacja kulturalna	

6.5. W waszym przedsiębiorstwie jest Pan[i]:

- a) przedstawicielem kadry kierowniczej / właścicielem / członkiem zarządu / dyrektorem działu – osobą odpowiedzialną za nawiązywanie oraz zarządzanie relacjami współpracy z konkurentami
- b) pracownikiem wykonawczym mającym bezpośredni/operacyjny kontakt z partnerami biznesowymi podczas wykonywania zadań, których dotyczy współpraca naszej firmy z konkurentami
- c) inne..... (jakie?)

6.6. W odniesieniu do niniejszego badania [skala 1-7; całkowicie się nie zgadzam - całkowicie się zgadzam]

- a) jestem pewna/y moich odpowiedzi na zadane pytania
- b) to badanie dotyczyło obszarów, co do których mam wiedzę
- c) patrząc na zakres badania uważam, że jestem kompetentna/y do udziału w badaniu
- d) moja rola/stanowisko/pozycja w organizacji pozwoliła mi trafnie odpowiedzieć na zadane pytania