SOCIOLOGICKÉ ŠETŘENÍ „POVĚDOMÍ PRAŽANŮ O IPR, CAMP A METROPOLITNÍM PLÁNU + ASPEKTY ŽIVOTA V PRAZE V KONTEXTU S PLÁNOVÁNÍM A ROZVOJEM METROPOLE“

1 Východiska výzkumu

* Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy (IPR Praha) je koncepčním pracovištěm hl. m. Prahy v oblasti architektury, urbanismu, rozvoje, tvorby a správy města.
Zpracovává strategické, urbanistické a územně rozvojové dokumenty.
* Iniciátorem šetření je kancelář komunikace a kancelář CAMP IPR Praha.
* Část šetření na téma povědomí Pražanů i IPR, CAMP a Metropolitním plánu byla realizována v letech 2016, 2018 a 2019.
	+ Aktuální výsledky za tuto část mají umožnit popsat nejen aktuální úrovně povědomí a postojů obyvatel Prahy, ale také popsat trendový vývoj monitorovaných ukazatelů.
	+ Realizátorovi zakázky bude pro tuto část poskytnuto znění dotazníku, který byl použit při šetření 2019 a data pro napojení trendů.
* Větší část kvantitativního dotazování se bude věnovat tématům, která v této podobě nebyla uceleně zmapována.
* Proto je součástí této zakázky kvalitativní předvýzkum, který se zaměří na mapování problematiky života v Praze – jeho účelem je sestavit široký výčet parametrů, které z pohledu Pražanů hrají v jejich životě důležitou roli (na kvantifikaci jejich důležitosti a míry jejich naplnění v současnosti se zaměří navazující kvantitativní část této zakázky).

2 Cíle výzkumu (vzhledem k širokému záběru předpokládáme potřebu kompromisů a vhodné rozčlenění uvedených témat do kvalitativní a kvantitativní fáze šetření – tj. zahrnout nikoli vše v obou fázích, ale popsat v nabídce co, kam a proč směrovat).

Studie má Zadavateli poskytnout oporu pro aktualizaci komunikační strategie, identifikovat rezervy IPR ve vnímání veřejnosti, stanovit která témata v gesci IPR jsou z pohledu obyvatel Prahy v centru pozornosti a která naopak spíše okrajová.

Dílčí cíle

* Zjistit, jaké je povědomí o IPR Praha, CAMP a Metropolitním plánu mezi širokou veřejností (aby mohla být přijata opatření, která povedou ke zlepšení vnímání v uvedených oblastech, podpořena návštěvnost CAMP a povědomí Pražanů o urbanistickém plánování v Praze).
* Zjistit, jak Pražané vnímají Prahu jako celek, ale komparativně také městskou část, ve které žijí.
* Identifikovat témata, která jsou pro Pražany z pohledu kvality života důležitá, stanovit míru jejich závažnosti a úroveň jejich aktuálního naplnění (spokojenost)
	+ Uvedenou problematiku je třeba nejen kvantifikovat na celku populace, ale podchytit i signifikantní odlišnosti v podskupinách podle klíčových demografických znaků (zejména věku) a podle bydliště dle městských částí (minimálně v členění na 9 částí dle obrázku.

*xxx*

Nad rámec tohoto územního členění má zadavatel zájem o rozčlenění populace na 57 územních jednotek (vzhledem k jejich nerovnoměrné velikosti i k limitované velikosti celkového vzorku šetření se nepředpokládá, že budou data pro tyto územní jednotky plně reprezentativní. Metodický přístup dodavatele by nicméně měl umožnit přiblížit se k reprezentativitě výsledků i na této úrovni, tak aby mohl pracovat i s indikativními výsledky za tyto územní jednotky, tzn. je žádoucí, aby struktura dat umožňovala odpovědi filtrovat podle 9 předdefinovaných lokalit i 57 MČ.

* + Kvantifikovat, jak z pohledu klíčových aspektů života v Praze skóruje Praha jako celek, ale také konkrétní čtvrť bydliště respondenta.
* Zjistit postoje a názory obyvatel na témata důležitá pro urbanistické plánování
	+ bydlení (spokojenost se současným, kde spatřují hlavní problémy s bydlením, cenová dostupnost, postoj k nové bytové výstavbě a očekávaná role Prahy v ní apod.)
	+ doprava (struktura využívání, kvalita infrastruktury pro pěší, spokojenost s MHD, postoj k restrikcím osobní automobilové dopravy, důležitost cyklistické infrastruktury apod.),
	+ městská zeleň a ekologické problémy (dostupnost a kvalita parků, městská zeleň, čistota města / úklid / údržba, kvalita ovzduší, hluk, vnímání klimatické změny a potřeby přípravy na ni apod.)
	+ výstavba – kde by se mělo stavět a kde ne; které typy staveb Praha nejvíce potřebuje (byty, komerční prostory, výškové budovy, kanceláře, výrobní kapacity, sklady/logistika, dopravní infrastruktura, parkoviště, modro-zelená infrastruktura, bydlení a služby pro seniory, nové možnosti pro sportovní vyžití a rekreaci, ČOV, zpracování odpadu…). Které jsou Pražané ochotni tolerovat v blízkosti bydliště (tzv. NIMBY efekt).
	+ občanská vybavenost (např. máte to dostatečně blízko do MŠ, ZŠ, zdravotnického zařízení s ambulantní péčí, nemocnice s lůžkovou kapacitou, na poštu, do knihovny…?) – *bude upřesněno na základě finální definice útvaru KOM*
	+ další témata, jako např. bezpečnost, pracovní příležitosti, možnosti trávení volného času, zda (v jaké míře) a proč si potřebují od Prahy odpočinout, oblíbené výstavní prostory, muzea a galerie, cool / trendy místa pro trávení volného času; oblíbené eventy, pozoruhodné / zajímavé nové stavby v Praze
	+ + nová důležitá témata identifikovaná v kvalitativní fázi šetření
* Stanovit, která z těchto témat nacházejí mezi Pražany silnou míru podpory napříč celou populací, která nijak podstatně nerezonují a která témata naopak cílovou skupinu polarizují a podle jakých znaků se skupiny s odlišnými postoji člení.
*Pozn.: S ohledem na výše uvedené potřeby zadavatele uvítáme, pokud výstupem ze souhrnné analýzy bude cílová skupina rozdělena do vyprofilovaných segmentů, které budou založeny nejen na demografických znacích, ale také na hodnotové orientaci a psychografických charakteristikách ve vztahu k výzkumem řešeným tématům.*
* Zjistit postoje k alternativním dlouhodobým scénářům / strategiím rozvoje Prahy – cílová velikost města, propojenost se StČ. krajem, postoje k vývoji pražských panoramat (zejm. Pankrác)
* Zmapovat využívané zdroje informací o plánování, změnách, výstavbě v Praze (zpravodajství specializované weby, sociální sítě, další kanály)
	+ Zjistit, které kanály jsou oblíbené a proč, a dále jaká forma je pro získávání informací o Praze přitažlivá, jaké jiné instituce / organizace informují atraktivně a stojí za pravidelné sledování. Díky tomu získat inspiraci jak pro mainstreamové kampaně, tak pro kreativnější, neotřelé, úže profilované komunikační aktivity na podporu IPR a CAMP.
	+ Zjistit, zda vnímají v oblasti rozvoje metropole některé kladné, resp. kontroverzní autority (členové magistrátu, zastupitelstev městských částí, architekti, aktivisté, blogeři a jiní influenceři apod.)

3 Cílová skupina

* Reprezentativní vzorek obyvatel Prahy (jak s trvalým, tak i s přechodným bydlištěm v metropoli) ve věku 15 let a starších.
1. Metodika (kombinovaný kvalitativní a kvantitativní výzkum)

*Pozn. S ohledem na epidemiologickou situaci a hygienická pravidla, která se mohou v průběhu realizace zakázky měnit, doporučujeme metodiku šetření koncipovat tak, aby nebyla ohrožena včasná realizace v případě lockdownu.*

KVALITATIVNÍ FÁZE

* ca 4 skupinové diskuse, v každé ca 8 účastníků, 90-120 minut

KVANTITATIVNÍ FÁZE

* kvótní výběr dle pohlaví, věku, vzdělání a bydliště respondenta dle městských částí
* pilotáž dotazníku na 50 rozhovorech
* velikost výběrového souboru n = 2000
* předpokládáme online metodiku dotazování – v případě, že agentura má pochybnost o reprezentativitě / proveditelnosti čistě online dotazování, nechť navrhne krom požadované metodiky také alternativní řešení a výhody a úskalí obou variant popíše v metodické části nabídky (kombinace metod je přípustná); současně sdělujeme, že v dříve realizovaných, výše zmíněných studiích bylo použito čistě online dotazování a s ohledem na potřebnou srovnatelnost trendů je toto dalším důvodem pro upřednostnění online metodiky sběru dat kvantitativní části
* předpokládaná stopáž dotazníku ca do 60 minut (z toho cca 15 minut se zaměřením na povědomí o IPR, CAMP a MPP na základě dotazníku z předešlé vlny).

5 Harmonogram (bude detailně specifikován po výběru dodavatele)

1. etapa: příprava scénáře focus groups, předpříprava kvantitativního dotazníku, realizace focus groups do 31. 12. 2021,
2. etapa: odevzdání toplines z focus groups do 14. 1. 2022,
3. etapa: odevzdání výstupů focus groups do 28. 1. 2022,
4. etapa: odevzdání výstupů kvantitativního šetření 11. 2. 2022.

6 Výstupy

* videozáznamy skupinových diskusí (ideálně s možností vzdáleného náhledu v reálném čase)
* topline report z kvalitativní fáze výzkumu ve formátu MS PowerPoint + debrief jako vstup pro finalizaci kvantitativního dotazníku
* souhrnná závěrečná zpráva ve formátu MS PowerPoint – vzhledem k různorodým potřebám jednotlivých zainteresovaných týmů IPR a externích spolupracovníků v různých oborech, kteří budou klíčovými uživateli výstupů z této studie, očekáváme souhrnnou analytickou zprávu ve formátu, který bude dobře srozumitelný specialistům, kteří nemají zevrubné znalosti v oblasti výzkumu trhu a sociologických šetření. Cílem je doručit odborníkům na komunikaci a kanceláři Centra architektury a městského plánování (CAMP) jasné, srozumitelné a inspirativní podklady pro navazující aktivity.
* tabulky ve formátu MS Excel
* data ve formátu MS Excel
* rešerše volně dostupných informací o Praze / postojích Pražanů k řešené problematice (výzkumy institucí, z akademické sféry, zpravodajské kanály, volně přístupné studie dodavatele, případně jiných renomovaných agentur) ve formátu MS Word nebo MS PowerPoint ke každému zdokumentovanému podkladu dodavatel uvede
	+ zdroj s datem realizace nebo publikování (pokud je dostupný online, tak s připojením hypertextového odkazu k tomuto zdroji)
	+ krátkou anotaci s výstižným popisem obsahu, případně účelu dohledaného zdroje
	+ zdroje nemají být starší, než 7 let k okamžiku realizace zakázky