

Průzkum “inovační značky” hl. m. Prahy

Účel výzkumu a výstup

Průzkum vymezení a vnímání “inovační značky”, respektive inovačního potenciálu hl. m. Prahy má za úkol poskytnout podklady pro data-driven tvorbu a aktualizaci marketingové a komunikační strategie hlavního města Prahy pro oblast inovací. Výstupem průzkumu bude teoretická rešerše o představě “inovační značky” hl. m. Prahy, a primární výzkum v kombinaci kvalitativního a kvantitativního šetření primárních dat (přepisy hloubkových rozhovorů s kodifikací a primární data kvantitativního šetření), analytická část v podobě zpracovaných vnějších a vnitřních analýz prostředí (např. Porterův model 5 sil, SWOT analýza, IFE a EFE matic, matice IE a QSPM apod. s návrhy strategií). Souhrnná závěrečná zpráva obsahující návrhy a doporučení HMP, jak aktéři pražského inovačního ekosystému vnímají současný inovační potenciál Prahy. Hlavním zjištěním bude chápání abstrakce “inovační značky” Prahy a její slučitelnost s jejím vnímáním Prahy, včetně návrhů případných změn a doporučení k zavedení této značky s patřičnými zdůvodněními.

Metodologie

Pro specifikaci a jednoznačné vymezení “inovační značky hl. m. Prahy” je požadován průzkum vnímání v kombinaci dvou metod: hloubkových rozhovorů se stakeholdery a dotazníkového šetření s odbornou veřejností. Stakeholdery zainteresovanými v inovačním ekosystému se rozumí reprezentanti těchto tří oblastí: samospráva (MHMP), byznys sektor (CzechInvest, VC Fondy, významné inovační firmy a organizace, ...), akademický sektor apod.

Hloubkové rozhovory budou prováděny primárně se zástupci pražských klíčových aktérů inovačního ekosystému: zástupci firem a s organizacemi podílejících se na inovačním ekosystému, se zástupci MHMP a zástupci akademického sektoru. Tento výčet dotazovaných není explicitně vymahatelný, může být za předešlého projednání se zadavatelem doplněn, či částečně změněn dle potřeb zajištění kvality výstupu v průběhu řešení této zakázky. Upřednostňujeme vyšší manažerské pozice v oblasti managementu, business developmentu nebo marketingu. Hloubkové rozhovory dále

poslouží také jako podklad k validaci kontextových proměnných dotazníkového šetření.

Dotazníkové šetření pak bude zaměřeno na širší vzorek pražských stakeholderů inovačního ekosystému. Po celou dobu realizace zakázky požadujeme interakci se zadavatelem v podobě konzultací a min. jednoho průběžného reportu písemnou formou v rozsahu min. 3 stran.

Předpokládaný termín vyhotovení výzkumu

Termín odevzdání celé zakázky do konce prvního kvartálu roku 2025, tj. 31. března 2025.

Výstup

Výstup bude obsahovat primární soubory dat z kombinace obou metod, zpracovanou analytickou část, a závěrečnou zprávu popsanou výše. Souhrnná zpráva vymezí autenticitu inovačního potenciálu k zavedení “inovační značky” hl. m. Prahy, včetně jejího vnímání v souladu s identitou Prahy v oblasti inovací, a doporučení pro budoucí komunikační strategii inovačního ekosystému. Závěrečná zpráva bude vypracována do layoutu dodavatele.

Termín k předložení návrhů zpracování této zakázky je 5.12.2024. Návrh bude obsahovat předběžné návrhy řešení zakázky, harmonogram, metodiku a předpokládanou finální cenu řešení.

kontaktní osoba:

