

OPIS PRZEMIOTU ZAMÓWIENIA

w sprawie projektu Telemetria Polska w przedmiocie przeprowadzenia prac badawczo– rozwojowych odnośnie wdrożenia ogólnopolskiego badania konsumpcji mediów

1. Ogólnopolskie badania mediów

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (dalej: „KRRiT” lub „Zamawiający”) prowadzi prace nad wdrożeniem ogólnopolskiego badania konsumpcji mediów elektronicznych. Pierwszym elementem projektu jest przeprowadzenie pilotażowego Badania Założycielskiego (BZ, Establishment Survey ES).

Badanie Założycielskie jest podstawowym elementem pomiaru panelowego konsumpcji mediów elektronicznych. Od niego wszystko się zaczyna, a błędy czy skrzywienia popełnione na etapie jego realizacji propagują się z całą mocą w dalszym ciągu prowadzenia badania właściwego. Badanie Założycielskie odpowiada za dwa kluczowe elementy całego projektu:

- 1.1. Opis krajobrazu medialnego Polski pozwalający szczegółowo określić parametry panelu docelowego pod względem kompozycji zarówno demograficznej jak i behawioralnej panelistów. Na podstawie tego typu danych określamy szczegółową strukturę panelu oraz wyliczamy wartości poszczególnych uniwersów potrzebnych do rzutowania wyników na populację mieszkańców Polski.
- 1.2. Dostarczenie bazy danych do rekrutacji zasadniczego panelu telemetrycznego.

Biorąc powyższe pod uwagę widać jak ważne jest to badanie. Niewielkie skrzywienia dokonane na tym etapie mogą powodować przesunięcia przepływów finansowych na poziomie kilkuset milionów PLN. Z tego też względu należy to badanie wykonać z największą starannością. Ważne więc jest by dobór próby i realizacja były na najwyższym możliwym poziomie. W praktyce badań marketingowych te elementy jednak często są traktowane bez należytej staranności z uwagi na aspekty kosztowe. Aby więc wypracować optymalne rozwiązania jakościowe realizacji Badania Założycielskiego Wykonawca zaprojektuje badanie pilotażowe, które pozwoli na wyspecyfikowanie docelowych rozwiązań dla realizacji Właściwego Badania Założycielskiego.

2. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest wykonanie pracy badawczej pt. „Konsumpcja mediów elektronicznych w Polsce - opracowanie metodyki badania pilotażowego oraz analiza jego wyników ze wskazaniem rekomendacji metodycznych dla przeprowadzenia Badania Założycielskiego” na podstawie prowadzonego w całym kraju pilotażu Badania Założycielskiego

3. CEL PRACY BADAWCZEJ

Celem pracy badawczej jest:

- 3.1. Wypracowanie optymalnych rozwiązań metodycznych, parametrów, warunków, elementów dla docelowego badania założycielskiego w celu opisanie badanej populacji pod kątem cech demograficznych i behawioralnych potrzebnych do realizacji badania właściwego w zakresie informacji o poziomie wyposażenia gospodarstw domowych w sprzęt radiowo telewizyjny, ilość telewizorów i radioodbiorników na gospodarstwo domowe, ilość komputerów i urządzeń mobilnych do komunikacji internetowej, rodzaj używanego łącza internetowego, użytkowanie telewizji satelitarnej czy kablowej oraz Internetu, etc. Powyższe informacje powinny zostać zebrane w układzie geograficznym, tak by pozwolić w przyszłości na właściwą konstrukcję panelu;
- 3.2. dostarczenie potencjalnych kontaktów gospodarstw domowych do zbudowania testowego mini panelu telemetrycznego;
- 3.3. przetestowanie istotnych elementów metodologicznych i organizacyjnych badań właściwych.

W celu realizacji w/w założeń Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji planuje udzielić, innym niż Wykonawca podmiotom, zamówienia publiczne na:

- 3.4. Przeprowadzenie pilotażowego Badania Założycielskiego na potrzeby konstrukcji panelu telemetrycznego dedykowanego konsumpcji mediów elektronicznych.
- 3.5. Kontrolę realizacji terenowej pilotażu Badania Założycielskiego.

4. SPOSÓB PRZEPROWADZENIA PRACY BADAWCZEJ

- 4.1. Szczegółowe rozstrzygnięcia dotyczące metod badawczych mają być przedstawione przez Wykonawcę.
- 4.2. Metodyka zastosowana przez Wykonawcę ma umożliwić osiągnięcie celów szczegółowych przedstawionych w pkt. 6 Opisu przedmiotu zamówienia.

5. ODBIORCY PRACY BADAWCZEJ

Odbiorcami pracy badawczej poza KRRiT będzie szeroko rozumiany rynek medialny. Zainteresowanie pracami KRRiT wyraziło wiele podmiotów zarówno ze strony mediów, reklamodawców, domów mediowych jak i firm badawczych. W samych konsultacjach społecznych przeprowadzanych przed uruchomieniem badań wzięło udział 19 podmiotów. W tym takie firmy jak: reklamodawcy, domy mediowe, agencje reklamowe, rozgłośnie radiowe, wydawcy internetowi, nadawcy telewizyjni.

6. PRODUKTY

W ramach prac badawczych realizowane będą następujące zadania:

- 6.1. Etap -1 Zadanie 1. Opracowanie ramowych założeń do Regulaminu Konkursu na przeprowadzenie badania pilotażowego dotyczącego konsumpcji mediów elektronicznych z uwzględnieniem przyszłego wykorzystania ich wyników w Badaniu Założycielskim.
- 6.2. Etap -2 Zadanie 2. Udział w wyborze firmy (firm) realizującej badanie pilotażowe, w tym opracowanie rekomendacji do wyboru najlepszej oferty (ofert) na podstawie wszystkich złożonych ofert.
- 6.3. Etap -3 Zadanie 3. Opracowanie ramowych założeń i pakietu narzędzi badawczych do przeprowadzenia badania pilotażowego konsumpcji mediów.
- 6.4. Etap -4 Zadanie 4. Nadzór kontrolny nad badaniem pilotażowym. Opracowanie raportu z kontroli nad badaniem pilotażowym.
- 6.5. Etap -5 Zadanie 5. Opracowanie, na podstawie analizy wyników badania pilotażowego, rekomendacji metodycznych do przeprowadzenia Badania Założycielskiego.
7. SZCZEGÓŁOWY OPIS ISTOTNYCH ZAŁOŻEŃ
 - 7.1. Opracowanie ramowych założeń do Regulaminu Konkursu na przeprowadzenie badania pilotażowego dotyczącego konsumpcji mediów elektronicznych z uwzględnieniem przyszłego wykorzystania ich wyników w Badaniu Założycielskim.

Cel i wymagania Badania Założycielskiego konsumpcji mediów elektronicznych wymuszają sformułowanie pewnych założeń wyjściowych dotyczących narzędzi badawczych stosowanych w badaniu pilotażowym, wspólnych dla wszystkich oferentów. W ramach badania pilotażowego zostaną przetestowane zarówno wszystkie elementy narzędzi badawczych konsumpcji mediów elektronicznych pod kątem ich wykorzystania w Badaniu Założycielskim, jak również zostaną przeprowadzone eksperymenty służące zwiększeniu efektywności Badania Założycielskiego, tzn. zwiększenia wielkości wskaźnika odpowiedzi (*response rate*) w Badaniu Założycielskim oraz zwiększeniu skłonności gospodarstw domowych i ich członków do udziału w panelu badawczym, w ramach którego zostaną zainstalowane w gospodarstwach domowych urządzenia telemetryczne. Wymaga to wyodrębnienia w badaniu pilotażowym jego części podstawowej (testowanie elementów narzędzi badawczych konsumpcji mediów elektronicznych) oraz części eksperymentalnej tego badania (testowanie rozwiązań zwiększających efektywność Badania Założycielskiego).

W celu osiągnięcia powyższych założeń Wykonawca zobowiązany będzie m.in. do

- 7.1.1. Sformułowania celu i ogólnego zakresu badania pilotażowego konsumpcji mediów elektronicznych w kontekście wykorzystania jego wyników do przeprowadzenia Badania Założycielskiego.

- 7.1.2. Opracowania założeń wyjściowych, wspólnych dla wszystkich oferentów, badania pilotażowego konsumpcji mediów elektronicznych (badana populacja, operat losowania, jednostki badania, charakter próby, sposób warstwowania populacji, metoda realizacji badania, rekrutacja do panelu badawczego).
- 7.1.3. Sformułowania wymagań dla oferentów dotyczących poszczególnych elementów realizacji podstawowej części, wspólnej dla wszystkich oferentów, badania pilotażowego konsumpcji mediów elektronicznych.
- 7.1.4. Sformułowania wymagań dotyczących części eksperymentalnej badania pilotażowego (testowanie wpływu różnych poziomów gratyfikacji gospodarstw domowych na ich skłonność do udziału w Badaniu Założycielskim i panelu telemetrycznym, testowanie wpływu różnych sposobów gratyfikacji ankierów na poziom wskaźnika odpowiedzi, testowanie wpływu sposobu gratyfikacji respondentów na ich skłonność do udziału w badaniu pilotażowym oraz Badaniu Założycielskim).
- 7.1.5. W ramach realizacji etapu nr 1 Wykonawca opracuje i dostarczy Zamawiającemu w dwóch egzemplarzach wydruk dwustronny w kolorze oraz wersję elektroniczną raportu badawczo-analitycznego z realizacji etapu pierwszego zawierający co najmniej następujące elementy:
- A. Ramowe wytyczne stanowiące podstawę wkładu merytorycznego do wymagań dla oferentów w Regulaminie Konkursu na przeprowadzenie badania pilotażowego
 - B. Listę wymagań dla poszczególnych oferentów
 - C. Uzasadnienie poszczególnych elementów wytycznych
- 7.2. Udział w wyborze firmy (firm) realizującej badanie pilotażowe konsumpcji mediów elektronicznych, w tym opracowanie rekomendacji do wyboru najlepszej oferty (ofert) na podstawie wszystkich złożonych ofert.

Wybór najlepszych ofert zgłoszonych do Konkursu wymaga oceny każdego elementu tych ofert oraz w efekcie wskazanie firm, które najlepiej spełniają stawiane wymagania realizacji części podstawowej i części eksperymentalnej badania pilotażowego.

W celu osiągnięcia powyższych założeń Wykonawca zobowiązany będzie m.in. do:

- 7.2.1 Opracowania recenzji poszczególnych złożonych ofert, ze wskazaniem ich mocnych i słabych stron.
- 7.2.2 Opracowania rekomendacji do wyboru firm realizujących tylko część podstawową badania pilotażowego.
- 7.2.3 Opracowania rekomendacji do wyboru firm realizujących zarówno część podstawową, jak i poszczególne części eksperymentalne badania pilotażowego.
- 7.2.4 W ramach realizacji etapu nr 2 Wykonawca opracuje i dostarczy Zamawiającemu w dwóch egzemplarzach wydruku dwustronny w kolorze oraz wersję elektroniczną raportu badawczo-analitycznego z realizacji etapu drugiego zawierający co najmniej następujące elementy:
- A. Recenzje poszczególnych ofert ze wskazaniem mocnych i słabych stron

- B. Rekomendacje do wyboru firm realizujących zarówno w części podstawowej jak i częściach eksperymentalnych oraz uzasadnienie poszczególnych elementów rekomendacji

7.3. Opracowania szczegółowych założeń i pakietu narzędzi badawczych do przeprowadzenia badania pilotażowego konsumpcji mediów elektronicznych będących elementem Regulaminu Konkursu.

Celem badania pilotażowego jest przetestowanie wszystkich elementów planowanego Badania Założycielskiego, począwszy od założeń do badania, a skończywszy na analizie wyników badania.

7.3.1. Opracowanie założeń do badania pilotażowego.

7.3.2. Zdefiniowanie badanej populacji i jednostek badania.

7.3.3. Określenie wielkości próby objętej badaniem pilotażowym oraz wielkości podpróbek realizowanych przez firmy realizujące badanie.

7.3.4. Zdefiniowanie operatu losowania i schematu losowania.

7.3.5. Opracowanie założeń zintegrowanego systemu wag dla gospodarstw domowych i ich członków oraz zasad uogólniania wyników na populację.

7.3.6. Opracowanie zintegrowanych kwestionariuszy badania gospodarstwa domowego i indywidualnego dla osób w gospodarstwie domowym.

7.3.7. Określenie formy przekazywania wyników badania oraz sposobu kontroli jakości danych.

7.3.8. W ramach realizacji etapu nr 3 Wykonawca opracuje i dostarczy Zamawiającemu w dwóch egzemplarzach wydruk dwustronny w kolorze oraz wersję elektroniczną raportu badawczo-analitycznego z realizacji etapu trzeciego zawierający co najmniej następujące elementy:

- A. ostateczne założenia do badania pilotażowego
- B. definicje populacji i jednostek badania
- C. definicje operatu losowania
- D. założenia do zintegrowanego systemu wag
- E. ostateczną wersję kwestionariusza
- F. wytyczne co do formy przekazania wyników oraz sposobu kontroli jakości danych

7.4. Nadzór kontrolny nad badaniem pilotażowym konsumpcji mediów elektronicznych. Opracowanie raportu z kontroli nad badaniem pilotażowym.

Nadzór kontrolny nad badaniem pilotażowym będzie obejmował wszystkie firmy realizujące badanie pilotażowe. Po zakończeniu badania pilotażowego zostanie opracowany raport z przebiegu badań pilotażowych oceniający efektywność poszczególnych elementów systemu kontroli przebiegu badania stworzonego przez firmy realizujące badanie.

7.4.1. Bieżący nadzór kontrolny nad przebiegiem badania w terenie - monitorowanie przebiegu wykonania badania terenowego, w tym kompletności i jakości przeprowadzonych wywiadów oraz spełnienia wymagań związanych z zapewnieniem odpowiedniego poziomu wskaźnika odpowiedzi.

7.4.2. Opracowanie raportu z przebiegu badań pilotażowych oceniającego efektywność poszczególnych elementów organizacji badania, systemu kontroli przebiegu badania stosowanego przez firmy realizujące badanie oraz, na tej podstawie, zawierającego ewentualne propozycje modyfikacji narzędzia badawczego.

7.4.3. W ramach realizacji etapu nr 4 Wykonawca opracuje i dostarczy Zamawiającemu w dwóch egzemplarzach wydruk dwustronny w kolorze oraz wersję elektroniczną raportu badawczo-analitycznego z realizacji etapu czwartego zawierający co najmniej następujące elementy:

- A. opis procesu kontroli
- B. ocenę efektywności kontroli poszczególnych elementów badania
- C. ocenę systemu kontroli badania
- D. rekomendacje modyfikacji narzędzia badawczego.

7.5. Opracowanie, na podstawie analizy wyników badania pilotażowego konsumpcji mediów elektronicznych, rekomendacji metodycznych do przeprowadzenia Badania Założycielskiego.

Ostatecznym celem badania pilotażowego konsumpcji mediów elektronicznych jest raport badawczy zawierający rekomendacje metodyczne do przeprowadzenia Badania Założycielskiego. Rekomendacje te będą dotyczyły zarówno organizacji badania, wszystkich elementów narzędzi badawczych, które zostaną zastosowane w badaniu, jak i systemu gratyfikacji gospodarstw domowych biorących ostatecznie udział w panelu oraz systemu gratyfikacji ankieterów realizujących Badanie Założycielskie.

7.5.1. Opracowanie ostatecznych założeń Badania Założycielskiego.

7.5.2. Opracowanie rekomendacji co do poszczególnych elementów narzędzi badawczych w Badaniu Założycielskim.

7.5.3. Opracowanie rekomendacji dla systemu gratyfikacji gospodarstw domowych biorących udział w badaniu.

- 7.5.4. Opracowanie rekomendacji dla systemu gratyfikacji gospodarstw domowych zgłaszających akceptację udziału w panelu badawczym.
- 7.5.5. Opracowanie rekomendacji dla systemu gratyfikacji ankietów realizujących Badanie Założycielskie.
- 7.5.6. Analizę wyników danych samego badania pilotażowego.
- 7.5.7. W ramach realizacji etapu nr 5 Wykonawca opracuje i dostarczy Zamawiającemu w dwóch egzemplarzach wydruk dwustronny w kolorze oraz wersję elektroniczną raportu badawczo-analitycznego z realizacji etapu piątego zawierający co najmniej następujące elementy:
- A. Ostateczne założenia Badania Założycielskiego.
 - B. Rekomendacje co do poszczególnych elementów narzędzi badawczych w Badaniu Założycielskim.
 - C. Rekomendacje dla systemu gratyfikacji gospodarstw domowych biorących udział w badaniu.
 - D. Rekomendacje dla systemu gratyfikacji gospodarstw domowych zgłaszających akceptację udziału w badawczym panelu telemetrycznym.
 - E. Rekomendacje dla systemu gratyfikacji ankietów realizujących Badanie Założycielskie.
 - F. Analizę wyników danych samego badania pilotażowego.

7.6. WYMAGANIA ODNOŚNIE RAPORTOWANIA

W ramach realizacji etapów 1 - 5 Wykonawca opracuje i dostarczy Zamawiającemu końcowy raport badawczo-analityczny zawierający streszczenie w języku polskim (projekt końcowy raportu badawczo-analitycznego wymaga skonsultowania i uzyskania akceptacji Zamawiającego) – 2 egz. w wersji elektronicznej i 2 egz. w wersji papierowej.

Wymaga się od Wykonawcy, aby raport końcowy z realizacji badania został przedłożony w dwóch egzemplarzach wydruku dwustronnego w kolorze oraz przekazany elektronicznie i zawierał co najmniej następujące elementy poza stricte merytorycznymi elementami wyszczególnionymi w odpowiednich punktach umowy opisujących zakres raportowania dla konkretnych etapów w punktach 7.1 – 7.5:

- A. streszczenie raportu – nie więcej niż 5 stron A4, mogące stanowić samodzielny dokument;
- B. spis treści;
- C. wprowadzenie zawierające opis przedmiotu badania, głównych założeń, i celów badania,
- D. charakterystyka zbioru danych badania, jeśli zbiór występuje w danym etapie prac
- E. wnioski wraz z wyróżnionymi rekomendacjami (dokonany w oparciu o pytania badawcze);
- F. bibliografię.

Ponadto, raport końcowy musi:

- A. być zgodny z zapisami Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia oraz ofertą Wykonawcy,
- B. być sporządzony w języku polskim,
- C. być sporządzony poprawnie pod względem stylistycznym i ortograficznym,
- D. zawierać informacje i dane wolne od błędów rzeczowych i logicznych,
- E. być uporządkowany pod względem wizualnym – formatowanie tekstu oraz rozwiązania graficzne zastosowane w sposób jednolity wpływając na czytelność i przejrzystość raportu,
- F. zawierać optymalną objętość (ilość stron) raportu końcowego i streszczenia,
- G. zawierać streszczenie raportu w sposób syntetyczny przedstawiający cel badania, jego zakres, zastosowaną metodologię oraz najważniejsze wyniki i rekomendacje wypływające z badania ewaluacyjnego,
- H. nie stanowić jedynie zreferowania (streszczenia) uzyskanych danych i odpowiedzi respondentów,
- I. przedstawiać rekomendacje wynikające w sposób logiczny z wniosków,
- J. zawierać rekomendacje sformułowane w sposób precyzyjny oraz umożliwiające ich bezpośrednie zastosowanie w praktyce tzn. dokładnie i szczegółowo przedstawione do wykonania zadania mające służyć realizacji rekomendacji. Rekomendacje muszą zostać przedstawione w formie pozwalającej na bezpośrednie operacyjne zastosowanie np. kryteriów wyboru projektów itp. Wykonawca dokona priorytetyzacji rekomendacji.

Wszystkie produkty zamówienia wymagają akceptacji Zamawiającego.

8. HARMONOGRAM PRAC

Wykonawca zobowiązany jest do stałej współpracy z Zamawiającym. Wykonawca na żądanie Zamawiającego jest zobowiązany do przedstawienia bieżących wyników prac w siedzibie Zamawiającego (Warszawa). Wykonawca będzie informował Zamawiającego na bieżąco o stanie badania i ewentualnych problemach.

Realizacja prac będzie przebiegać zgodnie z harmonogramem przewidzianym w Umowie.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag do ostatecznej wersji raportu końcowego oraz pozostałych produktów niniejszego zamówienia w terminach wskazanych w Umowie.

Brak akceptacji przez Zamawiającego któregokolwiek z produktów zamówienia wytworzonych w trakcie jego realizacji lub wykazanie przez Zamawiającego nierzetelności w realizacji zamówienia (w tym m.in. opracowania niedokończone, niezredagowane lub/i nieuwzględniające zgłoszonych przez Zamawiającego uwag z zachowaniem procedury przewidzianej w § 5 umowy) może stanowić podstawę do całkowitego lub częściowego nieodebrania przedmiotu Zamówienia oraz może stanowić podstawę do odstąpienia od umowy z Wykonawcą.