

PROTOKÓŁ Z DIALOGU TECHNICZNEGO

I. ZAPRASZAJĄCY

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
Skwer kard. S. Wyszyńskiego 901-015 Warszawa

NIP 521-27-99-708
REGON 010182401

II. ZAŁOŻENIA DIALOGU TECHNICZNEGO:

Przedmiotem dialogu technicznego pn.: **Dialog techniczny poprzedzający wszczęcie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w sprawie przeprowadzenia Badania Założycielskiego i jego kontroli** było:

- 1) Pozyskanie przez KRRiT informacji na temat Badania Założycielskiego i jego kontroli.
- 2) Zapoznaniem się z oferowanymi przez firmy realizacyjne, badawcze oraz realizujące kontrole terenową rozwiązaniami, pomysłami, możliwościami zarówno w stosunku do poszczególnych elementów realizacji badania i jak i jego kontroli.
- 3) Zapoznaniem się ze stanowiskiem, doświadczeniami i proponowanymi rozwiązaniami poszczególnych firm oraz pozyskanie przez KRRiT doradztwa i informacji w poniższych obszarach:
 1. **Metoda realizacji Badania Założycielskiego**
 - a. CATI, CAPI, CAWI? Inne? Wady i zalety poszczególnych rodzajów realizacji badania, rekomendacje wyboru i ich uzasadnienie dla zamawiającego.
 2. **Dobór operatu**
 - a. Propozycje pozyskania poszczególnych operatów
 - b. Plusy i minusy poszczególnych operatów
 - c. Problemy z dostępnością operatów i ich jakością
 - d. Trudności realizacyjne w zależności od użytego operatu
 - e. Warstwowanie próby, algorytmy losowania, etc.
 3. **Definicje gospodarstwa domowego/panelisty z perspektywy ankietera.**
 - a. Jaką przyjąć?
 - b. Jak interpretować, jak stosować w czasie realizacji wywiadów?
 4. **Próba losowa czy kwotowa. Inne możliwe warianty doboru próby.**
 - a. Rekomendacje wraz z uzasadnieniem przyjętych rozwiązań.
 5. **Wielkość próby**
 - a. Rekomendacje wielkości próby dla realizacji pilotażowego badania 10 000 wywiadów.
 - b. Rekomendację wielkości próby badania założycielskiego dla rekrutacji panelu 5 000 oraz 10 000.
 6. **Wielkość wiązkania**

- a. Rekomendacje wraz z uzasadnieniem wielkości wiązki w zależności od wielkości realizowanej próby badania 10 000, 50 000, 150 000
7. **Narzędzia realizacyjne, oprogramowanie jego elementy i niezbędna funkcjonalność.**
 - a. Opis niezbędnych narzędzi i najbardziej przydatnych elementów z perspektywy utrzymania jak najwyższej jakości badania.
8. **Sposób aranżacji wywiadu.**
 - a. Przedstawienie możliwych opcji aranżacji wywiadu, ich znaczenia dla jakości realizacji badania jak i rekomendację najlepszego rozwiązania.
9. **Response Rate**
 - a. Możliwe poziomy do osiągnięcia
 - b. Gratyfikacje dla respondentów. Zależności wielkości gratyfikacji od badanej grupy i osiągniętych efektów współczynnika realizacji badania.
 - c. Propozycje eksperymentów/badań pozwalających określić optymalny sposób i wielkość gratyfikacji.
 - d. Rekomendacje dla zastosowania różnych poziomów gratyfikacji w zależności od przewidywanego poziomu trudności w uzyskaniu zamierzonego poziomu R-r.
10. **Dobór osób/osoby udzielającej odpowiedzi w badaniu**
 - a. Realizacja badania jedno vs. wieloetapowo z uwzględnieniem łączenia różnych technik i osób do przeprowadzenia realizacji badania CAPI/CATI/CAWI.
11. **Czas trwania wywiadu**
 - a. Określenie wraz z uzasadnieniem maksymalnego czasu trwania wywiadu z uwzględnieniem gratyfikacji i/lub prowadzenia wywiadu etapowo i/lub z różnymi członkami gospodarstwa domowego.
12. **Dokumentacja realizacji wywiadu**
 - a. Określenie pakietu informacji i dokumentów dostępnych w celach analityczno-kontrolnych po przeprowadzeniu wywiadu w celu umożliwienia jak najlepszej weryfikacji i kontroli przeprowadzonego wywiadu.
13. **Konstrukcja narzędzia badawczego**
 - a. przedstawienie rozwiązań wraz z uzasadnieniem wyboru ze szczególnym uwzględnieniem takich zagadnień jak:
 - Poruszana problematyka, elementy różnicujące zachowania medialne, również elementy behawioralne ankiety, metryczka.
 - Propozycja ankiety.
 - Podobieństwa i różnice w stylu życia „różnych” i „podobnych” gospodarstw domowych.
 - Segmentacja gospodarstw domowych.
14. **Panel gospodarstw czy panel respondentów**
 - a. Przedstawienie rekomendacji wraz z uzasadnieniem dla konstrukcji próby badawczej panel HH czy panel respondentów.
15. **Rekrutacja jednostopniowa vs dwustopniowa do panelu**
 - a. Przedstawienie rekomendacji wraz z uzasadnieniem dla procedury doboru do panelu.
16. **Rekrutacja do panelu zasadniczego prosimy o omówienie następujących zagadnień:**
 - a. Oczekiwane współczynniki rekrutacji w poszczególnych segmentach
 - b. Poziom i sposób gratyfikacji panelistów. Wielkość i różnorodność. Propozycje eksperymentów/badań pozwalających docelowo określić optymalny model gratyfikowania.
 - c. Rekomendacje dla zastosowania różnych poziomów gratyfikacji w zależności od typu gospodarstwa domowego.
17. **Kontrola terenowa realizacji badania założycielskiego.**
 - a. Omówienie poniższych zagadnień wraz z proponowanymi rozwiązaniami:

- Zasadnicze elementy kontroli
 - Sposób przeprowadzenia kontroli
 - Czas realizacji kontroli
 - Niezbędne informacje do przeprowadzenia kontroli
 - Najefektywniejsze narzędzia niezbędne do realizacji kontroli badania
 - Dokumentacja pokontrolna
 - Czas dostarczenia wyników
 - Procedury wyjaśniające, odwoławcze.
18. **Szacunkowe koszty jednostkowe realizacji badania**
- a. Wstępna estymację kosztów jednostkowych przeprowadzenia badania założycielskiego, które pozwoli zdefiniować założenia budżetowe do planowanego przetargu.
19. **Szacunkowe koszty kontroli realizacji badania założycielskiego**
- a. Wstępna estymacja kosztów jednostkowych przeprowadzenia badania założycielskiego, które pozwoli zdefiniować założenia budżetowe do planowanego przetargu.
20. **Inne elementy nie poruszone w niniejszej specyfikacji a zdaniem Oferenta mające zasadnicze znaczenie dla ceny i jakości realizacji oraz kontroli Badania Założycielskiego.**
- 4) Pozyskanie przez KRRiT doradztwa i informacji, które mogą być wykorzystane przy przygotowaniu opisu przedmiotu zamówienia, specyfikacji istotnych warunków zamówienia lub określenia warunków umowy w sprawie zamówienia.

III. Skład Zespołu przeprowadzającego Dialog Techniczny:

- 1) Witold Kołodziejcki – Przewodniczący KRRiT, Członek Zespołu
- 2) Michał Wigurski – Dyrektor Projektu Telemetria Polska, KRRiT, Członek Zespołu
- 3) dr Joanna Wójtowicz – Ekspert, KRRiT, Przewodnicząca, Sekretarz Zespołu
- 4) Andrzej Olszewski – Ekspert rynkowy z ramienia KRRiT
- 5) dr Andrzej Garapich – Ekspert rynkowy z ramienia KRRiT
- 6) prof. Tomasz Panek – Obserwator z ramienia Instytutu Statystyki i Demografii Szkoły Głównej Handlowej
- 7) dr Jan Zwierzchowski – Obserwator z ramienia Instytutu Statystyki i Demografii Szkoły Głównej Handlowej
- 8) dr Krzysztof Tymicki – Obserwator z ramienia Instytutu Statystyki i Demografii Szkoły Głównej Handlowej
- 9) Tadeusz Żórawski – Obserwator z ramienia Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy
- 10) Jerzy Minorczyk – Obserwator z ramienia IAA Polska
- 11) Paweł Tyszkiewicz – Obserwator z ramienia Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR

IV. Uczestnicy dialogu technicznego:

Rozpoczęcie dialogu: 13 lipca 2018 r.

Zakończenie dialogu: 29 kwietnia 2019

Spotkania z każdym uczestnikiem osobno:

1. Ipsos Spółka z o.o., ul. Domaniewska 34A, 02-672 Warszawa
2. Centrum Badań Marketingowych Indicator Sp. z o. o., ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
3. Kantar Polska S.A., ul. Branickiego 17, 02-972 Warszawa
4. Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. sp. k., ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa
5. PBS Sp. z o. o., ul. Junaków 2, 81-812 Sopot
6. AGB Nielsen Media Research, ul. Przybyszewskiego 47, 01-849 Warszawa
7. Danae Sp. z o.o., ul. Szarotki 10 lok. 16, 02-609 Warszawa
8. Fratria Sp. z o. o., ul. Legionów 126-128, 81-472 Gdynia
9. Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa NASK Państwowy Instytut Badawczy, ul. Kolska 12, 01-045 Warszawa
10. Poczta Polska S.A., Rodziny Hiszpańskich 8, 00-940 Warszawa

V. Wnioski z dialogu technicznego:

W czasie Dialogu zaprezentowano bardzo różnorodne podejście do prezentowanych zagadnień. Dialog pozwolił zapoznać się z oferowanymi rozwiązaniami i możliwymi do osiągnięcia wskaźnikami jakościowymi jak i szacunkami kosztów badania założycielskiego. Należy w tym miejscu zwrócić uwagę, że rozbieżności zarówno w kontekście jakościowym jak i kosztowym pomiędzy poszczególnymi firmami były dość duże. Firmy potwierdziły możliwość budowy reprezentatywnego panelu gospodarstw domowych w oparciu o który należy budować pomiar, jednak na rynku nie ma zbyt wielu firm gotowych stanąć do realizacji tak poważnego przedsięwzięcia jakim jest Badanie Założycielskie dla panelu 10 000 gospodarstw domowych. Możemy mówić w tym kontekście dosłownie o 3-4 firmach gotowych sprostać takiemu przedsięwzięciu samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami.

Jednocześnie wyzwaniem staje się uzyskanie reprezentatywnej próby w badaniu. Wszystkie bez wyjątku firmy przedstawiały i podkreślały coraz trudniejsze warunki realizacyjne w terenie. Niektóre z firm wręcz sugerowały odejście od realizacji wywiadów „face to face” na rzecz wywiadów telefonicznych. Ważnymi również czynnikami determinującymi jakość i cenę za wywiad były rekrutacja indywidualna vs gospodarstwo domowe jak i rekrutacja dwustopniowa z badania założycielskiego vs rekrutacja bezpośrednia do panelu. To również były rozwiązania prezentowane przez część firm biorących udział dialogu.

Ponadto, samo badanie musi uwzględniać zmiany technologiczne i kulturowe, które zaszły w Polsce i na świecie na przestrzeni ostatnich lat. Kolejne pokolenia wchodzące w dorosłe życie funkcjonują na rynku mediów w zupełnie inny sposób niż zakładały to dotychczasowe metodologie badawcze.

Nie sposób jest po rozmowach z dialogu jednoznacznie określić co jest możliwe do realizacji oraz jakim kosztem. Firmy podkreślały wyjątkowość przedsięwzięcia (trzy media), wielorakie oczekiwania odnośnie współpracy z panelistami – mierniki stacjonarne i mobilne, rezygnacje ze sporej części swojej własnej prywatności przez panelistów – ciągła obserwacja w domu i poza domem, monitoring zachowań w Internecie, poczucie zagrożenia przez teoretycznie potencjalnie możliwe podsłuchiwanie.

Pojawiające się wyzwania wymagają zmiany podejścia badawczego.

Aby wypracować optymalne rozwiązania jakościowe realizacji przedsięwzięcia jakim jest Badanie Założycielskie koniecznym stało się przeprowadzenie prac badawczo-rozwojowych mających na celu opracowanie modelu ogólnopolskiego badania założycielskiego pod kątem panelowego badania konsumpcji mediów, które pozwolą na wyspecyfikowanie docelowych rozwiązań dla realizacji właściwego Badania Założycielskiego.

Opublikowanie i uwzględnienie wyników prac badawczo rozwojowych nastąpi w 2019 r., co pozwoli na uruchomienie przetargu.

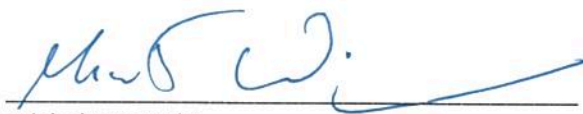
VI. Osoby sporządzające protokół:

1. Michał Wigurski
2. Joanna Wójtowicz
3. Andrzej Olszewski

VII. Załączniki

Z uwagi na zadeklarowaną przez Uczestników poufność przekazywanych informacji notatki ze spotkań nie zostały załączone.

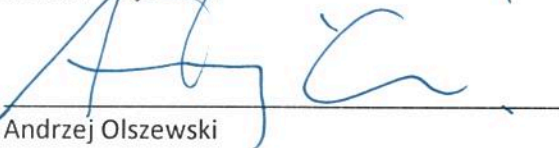
Podpisy:



Michał Wigurski



Joanna Wójtowicz



Andrzej Olszewski

Akceptuję:

15.08.2019

(Data i podpis osoby reprezentującej
Zapraszającego)

DYREKTOR BIURA
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Maciej Myska

