



Warszawa, dnia 12 listopada 2013r.

Wszyscy wykonawcy

Dotyczy: „Badania jakościowe i ilościowe, w celu oceny skuteczności kampanii promocyjnej Polski na rynkach azjatyckich: chińskim, japońskim i indyjskim, w ramach projektu *Lubię Polskę!*”, numer: 75/13.

Odpowiedzi na pytania

Zamawiający informuje, że w postępowaniu na „Badania jakościowe i ilościowe, w celu oceny skuteczności kampanii promocyjnej Polski na rynkach azjatyckich: chińskim, japońskim i indyjskim, w ramach projektu *Lubię Polskę!*”, nr 75/13, otrzymał pytania o podanej niżej treści:

Pytanie 1

‘Pkt. 13.2.2. kryterium Dz - za kryterium „Dodatkowe zagadnienia - wskaźniki realizacji celu głównego kampanii wraz z opisem metodologii pomiaru” jedna oferta może uzyskać maksymalnie 60 pkt.

Każde dodane ZAGADNIENIE musi spełniać dwa warunki podstawowe:

(1) warunek bycia wskaźnikiem/celem szczegółowym/elementem realizacji głównego celu kampanii promocyjnej, opisanego w p. 5 „Cele badania” SOPZ, stanowiącego Załącznik nr 1 do SIWZ’

W związku z powyższym, zagadnienie ma być wskaźnikiem, celem szczegółowym czy elementem, gdyż nie zawsze pojęcia te są tożsame (np. cel szczegółowy nie musi mieć cech wskaźnika) ?

Odpowiedź:

Zgodnie z zapisami Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia stanowiącym zał. Nr 1 do SIWZ - zagadnienie musi być minimum jednym z wymienionych, czyli wskaźnikiem/celem szczegółowym/elementem realizacji głównego celu kampanii promocyjnej, opisanym w p. 5 „Cele badania” SOPZ, stanowiącego Załącznik nr 1 do SIWZ’.

Pytanie 2

Wg. kryteriów SIWZ:

Ocenie podlegać będą:

ZAGADNIENIE		Elementy podlegające ocenie	Skala ocen
Moduł 1	Związek zagadnienia z pomiarem poziomu realizacji celów kampanii	Rozłączność zagadnienia w stosunku do szczegółowych celów badawczych wymienionych przez Zamawiającego, zrozumienie celów kampanii i badania, spójność zagadnienia z celami badawczymi, poziom uzasadnienia.	0-5 punktów
Moduł 2	Proponowane metody badawcze, rynki, grupy docelowe kampanii, ewent. dodatkowe kryteria doboru respondentów	Adekwatność zaproponowanych metod, trafność określenia grup badanych, kryteriów doboru i rynków w kontekście proponowanych metod badawczych i działań promocyjnych, poziom szczegółowości opisu metod i uzasadnienia ich wyboru.	0-5 punktów
Moduł 3	Propozycje konkretnych pytań/ zagadnień adekwatnie do metod badawczych i grup respondentów	Użyteczność i kompletność proponowanych pytań/zagadnień, trafność pytań wskaźnikowych, adekwatność proponowanych pytań/zagadnień do metod badawczych i grup respondentów, wnikliwość i szczegółowość opisu.	0-5 punktów



Moduł 2:

Zamawiający pisze o 'ewent. dodatkowych kryteriach doboru respondentów'. Sformułowanie 'ewentualnie' ('ewent.') wskazuje na element, który nie jest obowiązkowy. Wobec tego jak zostanie oceniony brak 'dodatkowych kryteriów doboru respondentów'? Czy zagadnienie może otrzymać maksymalną liczbę punktów za opis nie uwzględniający tego elementu?

Odpowiedź:

Wszystkie moduły – 1, 2 i 3 są z sobą ściśle powiązane, ponieważ odnoszą się do opisu tego samego zagadnienia. W module 2 oceniana będzie adekwatność (metod, rynków itd.) do zagadnienia, jego nazwy i zapisów z modułu 1. Trudne jest więc jednoznaczne udzielenie odpowiedzi na pytanie stricte teoretyczne. Jednak, jak pytający trafnie zauważył, sformułowanie 'ewentualnie' ('ewent.') wskazuje na element, który nie jest obowiązkowy, w związku z czym możliwe jest uzyskanie maksymalnej liczby punktów w module 2 bez proponowania dodatkowych kryteriów doboru respondentów.

Pytanie 3

Czy Wykonawca jest zobligowany do podania liczebności w przypadku zaproponowania dodatkowych metod badawczych? Opis mówi jedynie o 'proponowanych metodach badawczych', 'adekwatności zaproponowanych metod' czy 'poziomie szczegółowości opisu metod i uzasadnienia ich wyboru'. Czy liczebność będzie podlegała ocenie? Jeśli tak, na jakich zasadach?

Odpowiedź:

Opis mówi jedynie o 'proponowanych metodach badawczych', 'adekwatności zaproponowanych metod' czy 'poziomie szczegółowości opisu metod i uzasadnienia ich wyboru', czyli Zamawiający nie oczekuje podania liczebności. Liczebność nie będzie podlegała ocenie.

Pytanie 4

Czy biorąc pod uwagę 'Tab. 1. Listę zagadnień badawczych niezbędnych do uwzględnienia przez Wykonawcę', zagadnienia mają dotyczyć wszystkich trzech rynków (Chiny, Indie, Japonia)? Co w przypadku kiedy np. jedno z zaproponowanych zagadnień będzie dotyczyło jednego rynku, i ze względu na jego specyfikę nie będzie możliwe do zastosowania w przypadku innych, a spełni jednocześnie warunki stawiane przez Zamawiającego, umożliwiając realizację celów badawczych w trzech głównych grupach docelowych kampanii?

Odpowiedź:

W Tab. 1. 'Lista zagadnień badawczych niezbędnych do uwzględnienia przez Wykonawcę', w kolumnie „rynków” przy „innych zagadnieniach” celowo nie została uzupełniona, ponieważ Zamawiający dopuszcza, że dodane zagadnienie nie będzie dotyczyło wszystkich trzech rynków.

Pytanie 5

Czy Zamawiający uzna warunek za spełniony jeśli Wykonawca wykaże się zrealizowaniem większej liczby usług odpowiadających wymogom, które łącznie przekroczą kwotę 300 000 zł brutto (np. 4 usługi po 75 000 zł brutto)?

Odpowiedź:

Nie. Zawarta w warunku opisanym w pkt 5.2. lit. a) SIWZ minimalna wartość kwotowa, tj. 150 000 złotych brutto, odnosi się do każdej z usług potwierdzających spełnianie tego warunku i nie może być zastąpiona np. większą ilością analogicznych usług o mniejszej wartości.

Pytanie 6

Czy badania jakościowe IDI mogą być przeprowadzone telefonicznie (w formie ITI) z zachowaniem formy nagrania i sporządzenia transkrypcji?



Odpowiedź:

Obowiązujące wszystkich Wykonawców warunki przeprowadzenia IDI są dokładnie opisane w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia stanowiącym zał. Nr 1 do SIWZ.

Pytanie 7

'W każdym kraju zostanie przeprowadzonych 10 wywiadów pogłębianych (łącznie N=30) z przedstawicielami branży turystycznej, w tym: min. 4 - max. 8 wywiadów z osobami, które brały udział w warsztatach i/lub podróżach studyjnych organizowanych przez POT. Zamawiający udostępni wykonawcy listy przedstawicieli branży, którzy zostali objęci w/w działaniami w ramach prowadzonej kampanii (szacunkowe liczebności uczestników podane są w p. 4 - Planowane działania promocyjne i grupy docelowe na poszczególnych rynkach).'

Jakie dane będzie zawierała 'lista przedstawicieli branży, którzy zostali objęci w/w działaniami w ramach prowadzonej kampanii'?

Odpowiedź:

Listy udostępnione Wykonawcy badania będą zawierały dane niezbędne do nawiązania kontaktu z respondentami.

Pytanie 8

Jak obszerna jest ww. lista? Co w sytuacji, kiedy z przyczyn niezależnych od Wykonawcy zostanie ona 'wyczerpana', co uniemożliwi zrealizowanie zakładanej liczby wywiadów?

Odpowiedź:

Liczebności przedstawicieli branży i mediów, biorących udział w warsztatach lub podróżach na poszczególnych rynkach są podane w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia stanowiącym zał. Nr 1 do SIWZ. Zapis w p. IV.3 Istotnych postanowień Umowy, stanowiącym załącznik nr 10 do SIWZ, zapewnia o obowiązku współpracy Zamawiającego z Wykonawcą w celu „zapewnienia należytej realizacji umowy, a w szczególności do udostępnienia wszelkich znajdujących się w jego posiadaniu, niezbędnych do należytego wykonania umowy dokumentów, do udzielania wszelkich niezbędnych informacji i wyjaśnień, w tym w szczególności w sytuacji braku istniejącej dokumentacji, w sposób i w terminach umożliwiających prawidłową realizację zobowiązań wynikających z niniejszej Umowy”.

Pytanie 9

Cena wywiadów IDI jest ściśle związana z czasem trwania wywiadu. Ile szacunkowo powinien wynieść czas trwania IDI wg. Zamawiającego?

Odpowiedź:

Zamawiający zapisał w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia stanowiącym zał. Nr 1 do SIWZ – „czas trwania wywiadów – uzależniony od zwyczajów miejscowych, umożliwiający uzyskanie niezbędnych informacji”. Zamawiający nie podał dodatkowych wymagań odnośnie czasu trwania wywiadu.

Pytanie 10

Cena wywiadów CAWI jest ściśle związana z czasem trwania wywiadu i liczbą pytań otwartych. Ile szacunkowo powinien wynieść czas trwania CAWI i ile pytań otwartych przewiduje Zamawiający?

Odpowiedź:

W Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia stanowiącym zał. Nr 1 do SIWZ Zamawiający zapisał „do 30 minut, max. 3 pytania otwarte, z użyciem technik multimedialnych”.



Pytanie 11

'Minimum 20% respondentów w każdej próbie dla kraju mają stanowić osoby, które kiedykolwiek wyjeżdżały za granicę.' Czy w tym przypadku należy uznać Hongkong czy Makao (Specjalny Region Administracyjny) jako terytoria zagraniczne ?

Odpowiedź:

Tak jak w większości badań marketingowych, tak i w tym, Zamawiający planuje opierać się na deklaracji respondentów, czyli za spełnienie warunku uznamy 20% odpowiedzi twierdzących na pytanie: „czy kiedykolwiek wyjeżdżał Pan /Pani za granicę?”.

Pytanie 12

Czy Zamawiający wymaga przekazania finalnie materiałów z projektu przygotowanych we wszystkich językach ?

Odpowiedź:

Wg zapisów w SIWZ, raport ma być przygotowany w języku polskim. Nagrania wywiadów – w językach, w jakich będą prowadzone IDI; transkrypcje – w językach w jakich powstaną transkrypcje.

Pytanie 13

Na jakim etapie jest kampania prowadzona przez Zamawiającego, co z w kontekście terminu badania jej efektów ma niebagatelne znaczenie ? Jakże istnieje ryzyko, że kampania zakończy się po II kwartale 2014 ? Jednocześnie, nawet gdy kampania zakończy się w II kwartale, np. 30 czerwca termin oddania raportu (10 lipca 2014) będzie wiążący czy ulegnie przesunięciu ?

Odpowiedź:

Kampania zakończy się w II kwartale, termin oddania raportu nie będzie ulegał przesunięciu.

Pytanie 14

'W przypadku niedotrzymania przez Wykonawcę terminów wykonania Przedmiotu umowy opisanych pkt II Wykonawca zobowiązuje się do zapłaty Zamawiającemu następującej kary umownej: kwoty odpowiadającej 0,2% wynagrodzenia brutto (z VAT), określonego w pkt VII ust. 1 - za każdy rozpoczęty dzień opóźnienia;'

W stosunku jakich terminów odnosi się powyższy zapis? Czy chodzi o oddanie raportu metodologicznego i końcowego ?

Odpowiedź:

Zgodnie ze swoim brzmieniem zapis odnosi się do wszystkich terminów opisanych w pkt II umowy.

Pytanie 15

'Odstąpienie od Umowy 4) w przypadku, gdy Ministerstwo Gospodarki (Instytucja Pośrednicząca dla Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka) odmówi dalszego współfinansowania projektu, do czego jest uprawniona na mocy umowy o dofinansowanie projektu w ramach Działania 6.3 POIG „Lubię Polskę!”, o ile Zamawiający zawiadomi na piśmie o tym fakcie Wykonawcę w terminie 30 dni od dnia pozyskania informacji;'

Wykonawca rozumie, że w takiej sytuacji zostaną pokryte wszystkie, poniesione przez Wykonawcę do tego momentu, udokumentowane, koszty na rzecz realizacji przedmiotu umowy?



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI


Polska Organizacja Turystyczna

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Odpowiedź:

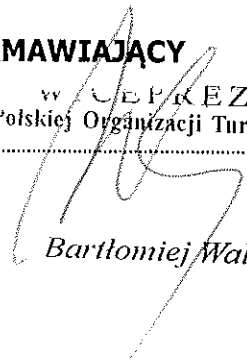
W takiej hipotetycznej sytuacji Zamawiający pokryje udokumentowane koszty poniesione przez Wykonawcę na rzecz realizacji przedmiotu umowy, poniesione do dnia zawiadomienia przez Zamawiającego o utracie finansowania.

Jednocześnie Zamawiający informuje, że w załączniku nr 1 do SIWZ, w tabeli nr 2 w poz. 5 (Badanie jakościowe – forum on line) w kolumnie „Wielkość próby” znalazł się błąd dotyczący wielkości próby. Wielkość ta wynosi $N=30$ (3×10), tak jak w opisie pod tabelą dotyczącym p. 5 Badanie jakościowe – forum on Line.

Niniejsze odpowiedzi pozostają bez wpływu na termin składania ofert.

ZAMAWIAJĄCY

W WICEPREZES
Polskiej Organizacji Turystycznej


Bartłomiej Walas