**Tom II OPZ**

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. **KONTEKST I UZASADNIENIE MONITORINGU REZULTATÓW KAMPANII NA RZECZ UPOWSZECHNIANIA TECHNOLOGII CYFROWYCH**

Ministerstwo Cyfryzacji (MC) w partnerstwie z Naukową i Akademicką Siecią Komputerową – Państwowy Instytut Badawczy (NASK) realizuje projekt „Kampanie edukacyjno-informacyjne na rzecz upowszechnienia korzyści z wykorzystania technologii cyfrowych” w ramach działania 3.4. POPC na lata 2014-2020. Przedmiotem projektu jest przeprowadzenie czterech ogólnopolskich kampanii mających na celu zwiększenie świadomości mieszkańców Polski w zakresie wykorzystania technologii teleinformatycznych w następujących obszarach:

1. Jakość życia,
2. E-usługi publiczne,
3. Bezpieczeństwo w sieci,
4. Programowanie.

Kampanie zostaną zrealizowane do końca 2020 r. z wykorzystaniem m.in. radia, telewizji, prasy, internetu, mediów społecznościowych, działań PR i innych. Szczegóły prowadzonych kampanii edukacyjno – informacyjnych, realizowanych w ramach oddzielnego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, Zamawiający przedstawia w załączniku nr 3 do OPZ, jak również będzie informował Wykonawcę na bieżąco na temat postępów prac w tym zakresie.

Przedmiotem niniejszego zamówienia jest monitoring rezultatów ww. kampanii na rzecz upowszechniania korzyści z wykorzystywania technologii cyfrowych, na który składa się wykonanie:

1. **3 badań rocznych** świadomości, postaw i wiedzy w zakresie możliwości wykorzystania technologii cyfrowych w obszarach kampanii:

* badanie stanu początkowego sprzed kampanii (III-IV kwartał 2018 r.),
* badanie stanu w trakcie kampanii (IV kwartał 2019 r.),
* badanie stanu końcowego po kampanii (IV kwartał 2020 r.)

Każde z badań rocznych będzie składało się z 2 części, adresowanych do różnych grup docelowych.

1. maksymalnie **8 badań omnibusowych** na reprezentatywnej grupie 1000 dorosłych osób. Będą one powiązane z realizacją głównych działań informacyjno-promocyjnych i pozwolą uzyskać odpowiedzi na pytania badawcze.
2. **UŻYTKOWNICY MONITORINGU REZULTATÓW KAMPANII**

Głównymi użytkownikami wyników badań w ramach monitoringu są MC, NASK oraz wykonawcy działań edukacyjno-informacyjnych.

1. **CELE BADAŃ**

Celem badań stanowiących przedmiot zamówienia, jest ocena skuteczności kampanii i monitorowanie jej rezultatów na dwóch poziomach:

1. rezultaty całego projektu tj. obserwacja zmian świadomości i zachowań w zakresie wykorzystania technologii teleinformatycznych w ww. obszarach w następstwie kampanii;
2. rezultaty głównych działań w celu identyfikacji najbardziej skutecznych i efektywnych działań informacyjnych i promocyjnych.

Ponadto, wyniki badań pomogą w kształtowaniu procesu przeprowadzania kampanii edukacyjno – informacyjnych, realizowanych w ramach oddzielnego postępowania o udzielenie zamówienia.

Skuteczność kampanii jest tu rozumiana jako stopień zbliżenia się do wyznaczonych celów kampanii, którymi w poszczególnych obszarach są:

**Obszar 1. Jakość życia**

Zwiększenie świadomości wpływu technologii informacyjno-komunikacyjnych (TIK) na poprawę jakości życia obywateli Polski, w zakresie:

1. korzystania z e-usług prywatnych i publicznych (w tym m.in.: bankowość internetowa, płacenie rachunków, zakupy, rezerwacje, umawianie wizyt lekarskich, poszukiwanie pracy, korzystanie z komunikacji publicznej – plany i rozkłady jazdy, zakup biletów);
2. korzystania z dóbr kultury i z rozrywki (w tym m.in.: książki, filmy, muzyka);
3. korzystania z materiałów edukacyjnych (w tym m.in.: nauka online, zasoby dydaktyczne online);
4. komunikacji z innymi osobami (komunikatory, media społecznościowe, e-maile etc.);
5. możliwości płynących z cyfryzacji w przedsiębiorstwach.

**Obszar 2. E-usługi publiczne**

Wzrost świadomości obywateli Polski w zakresie korzystania z e-usług publicznych, w tym:

1. wzrost świadomości istnienia usług e-administracji oferowanych centralnie i przez samorządy;
2. wzrost umiejętności poszukiwania pomocnych informacji na temat korzystania z e-usług publicznych;
3. zbudowanie zaufania i pozytywnych postaw wobec usług e-administracji (zaciekawienie i zainteresowanie oraz chęć spróbowania), niwelowanie niechęci i lęku poprzez budowanie świadomości bezpieczeństwa tych usług i następujących korzyści z ich użytkowania:
4. oszczędność czasu – sprawne i efektywne załatwianie spraw;
5. bezpieczeństwo – stosowanie przez administrację najwyższych standardów bezpieczeństwa;
6. wygoda – możliwość załatwienia spraw w dogodnym dla siebie czasie i miejscu (szczególna korzyść dla osób niepełnosprawnych i przebywających poza miejscem zamieszkania).

**Obszar 3. Bezpieczeństwo**

Wzrost świadomości obywateli Polski w zakresie bezpieczeństwa w internecie, zagrożeń i radzenia sobie z nimi, w tym:

1. wzrost świadomości zagrożeń związanych z korzystaniem z internetu;
2. jednoczesne zachowanie i wzmocnienie postawy zaufania wobec działań w sieci wśród obywateli;
3. wzrost świadomości wagi ochrony danych osobowych;
4. wzrost świadomości dotyczącej zagrożeń wobec dzieci związanych z ich aktywnością w internecie (cyberprzemoc, sexting, szkodliwe treści).

**Obszar 4. Programowanie**

Wzrost świadomości, kompetencji i dostępu do wiedzy w zakresie programowania wśród obywateli Polski, w tym:

1. wzrost świadomości korzyści z nauki programowania wśród rodziców dzieci w wieku szkolnym (z punktu widzenia kluczowych kompetencji, szans na rynku pracy, wykorzystania w różnych obszarach życia), a pośrednio również u dzieci w wieku szkolnym;
2. „odczarowanie” słowa „programowanie” wśród rodziców (ukazanie im, że jest to kompetencja, którą ich dziecko może nabyć bez ogromnych nakładów pracy, przez zabawę itp.);
3. zachęcenie rodziców do motywowania i wsparcia dzieci w nauce programowania;
4. wzrost kompetencji rodziców i dzieci w zakresie programowania w ramach punktów warsztatowych w 16 miastach w Polsce;
5. zachęcenie rodziców do uczenia dzieci programowania w domu, przy pomocy narzędzi dostępnych w internecie (scenariuszy zajęć, filmików instruktażowych), m.in. na stronie internetowej koduj.gov.pl;
6. zachęcanie społeczeństwa do organizacji inicjatyw w ramach CodeWeek;
7. **ZAKRES I SPOSÓB REALIZACJI PROJEKTU BADAWCZEGO**

W ramach projektu badawczego stanowiącego przedmiot zamówienia, planuje się wykonanie:

1. **3 badań rocznych** świadomości, postaw i wiedzy w zakresie możliwości wykorzystania technologii cyfrowych w obszarach kampanii:

* badanie stanu początkowego sprzed kampanii (terenowa realizacja w III-IV kwartale 2018 r.),
* badanie stanu w trakcie kampanii (terenowa realizacja w IV kwartale 2019 r.),
* badanie stanu końcowego po kampanii (terenowa realizacja w IV kwartale 2020 r.)

Każde z badań rocznych będzie składało się z 2 części, adresowanych do różnych grup docelowych:

1. Osoby **niekorzystające z internetu** w wieku **45-64 lata** - reprezentatywna próba mieszkańców Polski o liczebności nie mniejszej niż 1000 respondentów, za pomocą ankiety metodą **CATI**.

**Kwestionariusz** do tej części badań rocznych będzie zawierać maksymalnie 15 pytań, z kilkuelementową kafeterią odpowiedzi (w tym nie więcej niż 2 pytania otwarte, natomiast tzw. pytania metryczkowe dotyczące 10 cech socjodemograficznych, wymienionych w punkcie 6, stanowią osobną pulę) wybranych przez Zamawiającego.

1. **Internauci** w wieku co najmniej 18 lat - ogólnopolska, reprezentatywna na poziomie województw próba internautów o liczebności nie mniejszej niż 4800 respondentów, gwarantująca możliwość agregacji wyników w podziale na województwa. Badanie realizowane za pomocą ankiety online z wykorzystaniem metody **CAWI**.

**Kwestionariusz** do części badań rocznych dla internautów będzie zawierać maksymalnie 30 pytań z kilkuelementową kafeterią odpowiedzi wybranych przez Zamawiającego (w tym nie więcej niż 2 pytania otwarte, natomiast tzw. pytania metryczkowe, wymienionych w punkcie 6,stanowią osobną pulę).

Drugie i trzecie badanie roczne przyniesie odpowiedzi na następujące pytania:

* Jak zmieniał się poziom badanych wskaźników na przestrzeni czasu realizacji projektu?
* Jak poziom wskaźników zmieniał się w poszczególnych grupach socjodemograficznych respondentów?

Kolejne badania roczne będą realizowane na podstawie zleceń wystawianych przez Zamawiającego. Zlecenie będzie wystawiane w formie pisemnej, na formularzu stanowiącym załącznik 1 do OPZ. Wykonawca zobowiązany zostanie do potwierdzenia przyjęcia zlecenia, na formularzu stanowiącym załącznik 2 do OPZ w terminie do 3 dni (w całym OPZ przez dni rozumie się dni kalendarzowe) od dnia wystawienia zlecenia. Zlecenie będzie zawierało treść pytań badawczych do wykorzystania w ramach danego zlecenia oraz termin jego wykonania.

Wykonawca opracuje plan badania rocznego, zgodny z opisem w punkcie 5 oraz z harmonogramem przedstawionym w punkcie 9.

1. maksymalnie **8 badań** omnibusowych (Badania omnibusowe Zamawiający rozumie jako ogólnopolskie wielotematyczne **badania** ilościowe, realizowane zazwyczaj co miesiąc, przez połączenie pytań pochodzących od różnych zleceniodawców, którzy płacą za pytania w ankiecie zadane na ich zlecenie) na reprezentatywnej grupie 1000 dorosłych osób. Będą one powiązane z realizacją głównych działań informacyjno-promocyjnych i pozwolą uzyskać odpowiedzi na pytania badawcze typu:

* Czy działania informacyjno-promocyjne były zauważalne?
* Czy osoby, które zetknęły się/uczestniczyły w działaniach prowadzonych w ramach kampanii zmieniły swoją wiedzę/postawę/nastawienie/zachowanie?

Zakres pytań badawczych w ramach badań omnibusowych, będzie każdorazowo pogłębiany i rozszerzany (przykładowo poprzez dodawanie pytania jakie Wykonawca będzie otrzymywać od Zamawiającego) przez Wykonawcę w porozumieniu z Zamawiającym.

**4 badania** omnibusowe zostaną przeprowadzone metodą **CAPI** wśród **ogółu dorosłych** (w wieku 18+) mieszkańców Polski, a **4** będą realizowane metodą **CAWI** i obejmą **dorosłych internautów**.

Zamawiający szacuje łączną liczbę pytań w 8 badaniach omnibusowych na nie więcej niż 120 (tzw. pytania metryczkowe, wymienionych w punkcie 6,stanowią osobną pulę), w tym:

* 24 pytań z kafeterią binarną,
* 60 pytań zamkniętych z odpowiedzią na skali lub możliwością wyboru jednej odpowiedzi,
* 12 pytań zamkniętych z możliwością wyboru wielu odpowiedzi,
* 12 pytań otwartych prekodowanych.
* 12 pytań otwartych.

Zamawiający może wykorzystać różne konfiguracje rodzajów pytań w kolejnych pomiarach, w ramach limitu środków finansowych.

Kolejne badania omnibusowe będą realizowane na podstawie zleceń wystawianych przez Zamawiającego. Zlecenie będzie wystawiane w formie pisemnej, na formularzu stanowiącym załącznik 1 do OPZ. Wykonawca zobowiązany zostanie do potwierdzenia przyjęcia zlecenia, na formularzu stanowiącym załącznik 2 do OPZ w terminie do 3 dni. Zlecenie będzie zawierało informację, jaką grupę respondentów obejmie dane badanie, jaka technika badawcza ma być zastosowana (CAPI/CAWI), ile, jakie i o jakiej treści pytania zostaną wykorzystane w ramach danego zlecenia, a także wyliczenie ceny za realizację zlecenia (na podstawie cen jednostkowych wskazanych w ofercie Wykonawcy) oraz termin jego wykonania. Zlecenie wystawiane będzie w terminie do ostatniego dnia miesiąca poprzedzającego miesiąc, w którym realizowany będzie pomiar.

Zadanie będzie wykonane w ramach limitu 120 pytań lub limitu środków finansowych. Liczba zleceń uzależniona jest od potrzeb Zamawiającego. Zamawiający nie jest zobowiązany do wykorzystania limitu pytań lub limitu finansowego określonego w umowie. Zamawiający nie precyzuje również maksymalnej liczby pytań, jakie zostaną zadane w jednym pomiarze.

Zadaniem Wykonawcy będzie opracowanie planu badań omnibusowych, zgodnego z opisem w punkcie 5 i w terminie zgodnym z harmonogramem przedstawionym w punkcie 9.

1. **PLAN BADANIA**

Przed rozpoczęciem terenowej realizacji każdego z trzech badań rocznych oraz badań omnibusowych Wykonawca przedstawi Zamawiającemu plan badania, który musi zawierać:

1. cele badania,
2. opis metodologii badania, zakres badania, obszary i pytania badawcze, tezy i hipotezy,
3. opis sposobu doboru prób w badaniach rocznych i omnibusowych w uwzględnieniem poziomu Polski i każdego z województw, a w tym operat, wielkość próby, kryteria warstwowania, sposób losowania jednostek startowych),
4. ostateczne kwestionariusze do badań uwzględniające pytania przekazane przez Zamawiającego,
5. opis sposobu testowania kwestionariusza badawczego,
6. opis sposobu kontroli badania terenowego,
7. sposób analizy uzyskiwanych danych pierwotnych,
8. propozycję prezentacji wyników analizy, w tym propozycję tworzenia zagregowanych wskaźników, oraz ich interpretacji,
9. propozycję analiz zależności przyczynowo-skutkowych oraz opis sposobu analiz pozwalających na uzyskanie wiarygodnych, rzetelnych, pełnych wyjaśnień zmian zachodzących w badanych obszarach, w tym propozycje i opis analiz statystycznych i uzasadnienie ich przydatności.
10. szczegółowy harmonogram prac nad badaniem w podziale na członków Zespołu Badawczego.

Akceptacja planu badania przez Zamawiającego będzie warunkiem jego realizacji.

1. **WYMAGANIA DOTYCZĄCE SPOSOBU DOBORU PRÓBY**

Reprezentatywne próby o ww. liczebnościach mają zapewnić możliwość prowadzenia porównań między grupami o następujących cechach socjodemograficznych:

1. płeć (kobieta, mężczyzna),
2. wykształcenie:

* niższe (bez wykształcenia, niepełne podstawowe, podstawowe, gimnazjalne),
* średnie (zasadnicze zawodowe, niepełne średnie, średnie, policealne),
* wyższe (licencjackie, inżynierskie, magisterskie, podyplomowe, doktoranckie),

1. wiek (18-24 lata, 25-34 lata, 35-44 lata, 45-54 lata, 55-64 lata, 65 lat i więcej),
2. kategoria miejsca zamieszkania (wieś, miasto do 100 tys. mieszkańców, miasto powyżej 100 tys. mieszkańców),
3. województwo (jedynie w przypadku badań rocznych wśród internautów),
4. aktywność zawodowa:

* uczeń/student (uczę się),
* praca najemna (pracuję najemnie, na etacie, dorywczo),
* własna działalność (prowadzę działalność gospodarczą/pracuję na własny rachunek, wykonuję wolny zawód),
* rolnik (prowadzę gospodarstwo rolne),
* emerytura/renta (jestem na emeryturze/rencie),
* niepracujący (nie pracuję ani nie uczę się, jestem bezrobotny),

1. sytuacja materialna:

* wystarcza mi pieniędzy na bieżące potrzeby i na wszelkie wydatki,
* wystarcza mi pieniędzy tylko na bieżące potrzeby,
* nie wystarcza mi pieniędzy na bieżące wydatki,

1. czy ma dziecko lub jest opiekunem dziecka w wieku szkolnym (6-19)
2. niepełnosprawność (czy w twoim najbliższym otoczeniu są osoby niepełnosprawne? nie, tak, sam jestem niepełnosprawny),
3. wpływ kampanii:

* odbiorcy (grupa respondentów, którzy deklarują spontaniczną znajomość reklam, programów lub informacji publikowanych w ramach kampanii)
* osoby poza zasięgiem kampanii (grupę respondentów, którzy nie spotkali się z żadnymi działaniami).

1. **WYMAGANIA DOTYCZĄCE WSPÓŁPRACY ZAMAWIAJĄCEGO Z WYKONAWCĄ**
2. W ramach współpracy Wykonawca i Zamawiający wyznaczają w swoich strukturach osobę prowadzącą wszystkie zamówienia, a w przypadku jej nieobecności osobę zastępującą prowadzącego wszystkie zamówienia.
3. Zamawiający w ciągu 5 dni od zawarcia umowy przekaże Wykonawcy propozycje pytań badawczych do badań rocznych, z których część będzie powtórzeniem pytań z badania „e-administracja w oczach internautów 2016” <https://www.gov.pl/cyfryzacja/raporty-dane-badania>. Zamawiający przekaże drogą elektroniczną Wykonawcy bazy danych i tabele z wynikami badań realizowanych w latach 2012-2016 na zlecenie Ministerstwa Cyfryzacji do wykorzystania do analiz i raportów z badań rocznych.
4. Wykonawca będzie zobowiązany do obliczenia i opisu wyników testu istotności różnic statystycznych w odniesieniu do zmian liczebności wskazań w porównaniu do poprzednich pomiarów realizowanych w ramach niniejszego przedmiotu zamówienia.
5. Wykonawca zobowiązany jest do sprawnej i terminowej realizacji zamówienia oraz stałej współpracy z Zamawiającym, w tym:

* do konsultowania metodologii i narzędzi badawczych, w szczególności planowanych do wykorzystania pytań;
* do uwzględniania sugestii zgłaszanych przez Zamawiającego, wprowadzania koniecznych korekt i poprawek, zgodnie z harmonogramem przedstawionym w punkcie 9;
* do pozostawania w stałym kontakcie (kontakt telefoniczny oraz drogą elektroniczną w dni robocze od 9:00-17:00);
* do spotkania z Zamawiającym w miarę potrzeb (nie częściej niż 6 razy w roku w Warszawie);
* do informowania o stanie prac (raz na tydzień drogą e-mailową), pojawiających się problemach i innych zagadnieniach istotnych dla realizacji badania (w miarę ich pojawiania się, drogą e-mailową).

1. Jednocześnie Wykonawca jest zobowiązany do współpracy (przez współpracę rozumie się spotkania z Zamawiającym, o których mowa wyżej w OPZ, kontakt telefoniczny, a także korespondencję drogą elektroniczną, zgodnie z pkt 6) poniżej), z Zamawiającym w dziedzinie metodyki badań, która w szczególności obejmuje:
2. wyznaczenie wskaźników do oceny skuteczności kampanii i monitorowania jej rezultatów;
3. opracowanie pytań do kwestionariuszy badawczych.
4. Wszelka korespondencja w trakcie realizacji projektu, wymiana materiałów, uwag między Wykonawcą a Zamawiającym będzie odbywać się drogą elektroniczną (z wyjątkiem raportów w postaci papierowej, zgodnie z opisem w punkcie 8.3.a.iii).
5. **PRZEKAZANIE WYNIKÓW BADAŃ**

Wykonawca w toku realizacji każdego badania przekaże Zamawiającemu, zgodnie z harmonogramem:

1. Pocztą elektroniczną - **bazy danych jednostkowych** z uwzględnieniem wag, zaetykietowane w języku polskim w formacie pliku programu Excel oraz pliku .sav.

Bazy danych z badania powinny zawierać wszystkie dane uzyskane w trakcie realizacji badania, jak również pomiary poprzedzające (jeśli dotyczy). Odpowiedzi na pytania otwarte lub w pytaniach półzamkniętych powinny zostać zapisane w formie wypowiedzi dosłownych respondentów, jak również przyporządkowane zgodnie z przyjętym kluczem kodowym do odpowiednich kategorii odpowiedzi.

Jeśli chodzi o dane metryczkowe, to powinny one zostać zapisane zgodnie z kategoriami odpowiedzi zapisanymi w kwestionariuszu oraz na potrzeby analiz i opracowania tabel wynikowych, prezentacji graficznych i raportu, powinny zostać także zagregowane do głównych kategorii.

Wyniki uzyskane w projekcie, nie będą zawierały danych osobowych respondentów.

1. Pocztą elektroniczną - pełen zestaw **tabel wynikowych** z badania, zawierających prezentację nieważonych liczebności oraz ważonych odsetków dla próby ogółem, jak też w przecięciach ze względu na ww. cechy społeczno-demograficzne, w formacie pliku programu Excel.

Uzyskane dane dla każdego pytania powinny zostać zamieszczone w osobnym arkuszu, w podziale na częstości odpowiedzi wg kategorii odpowiedzi ogółem i w grupach socjodemograficznych oraz w grupach odbiorców i osób poza zasięgiem kampanii.

Przy każdej kategorii powinna dodatkowo zostać podana liczba osób z danej kategorii, którym zadano dane pytanie.

Tabele wynikowe oraz prezentacje graficzne wyników z kolejnych pomiarów powinny

uwzględniać pomiary poprzedzające (jeśli dotyczy) wraz z oznaczeniem różnic istotnych statystycznie i informacje nt. różnic statystycznych w obrębie grup, reprezentujących różne poziomy zmiennych socjodemograficznych.

1. Pocztą elektroniczną - **raport** (z wyjątkiem wersji papierowej)**:**
2. **Raport z** każdego **badania rocznego** powinien:

* zostać przekazany w trzech następujących formach:
  1. pliku Word lub PowerPoint (z edytowalnymi wykresami z programu Excel wraz z oznaczeniem różnic istotnych statystycznie),
  2. pliku pdf w wersji dostępnej dla osób z niepełnosprawnościami, możliwej do odczytania przy pomocy programów czytających, przeznaczonych dla tych osób. Wraz z raportem Wykonawca dostarczy poświadczenie niezależnej jednostki że raport spełnia standardy dostępności WCAG 2.0, co najmniej na poziomie AA.
  3. wydruku w 4 egzemplarzach.
* zawierać streszczenie w języku polskim i angielskim (podsumowanie najważniejszych wyników oraz wnioski);
* zawierać cele badania;
* obejmować notę metodologiczną – omawiającą charakterystykę demograficzną badanych prób, kryteria ich doboru, sposób rekrutacji respondentów, zastosowane narzędzia badawcze, sposoby analizy danych, badane wskaźniki i pytania badawcze;
* zawierać wyniki badań rocznych przedstawione zgodnie z kolejnością pytań w kwestionariuszach w postaci:

1. Omówienie poszczególnych wykresów z odnośnikami procentowymi;
2. Omówienie wyników analiz istotności statystycznych różnic pomiędzy wynikami grup wyodrębnionych ze względu na cechy socjodemograficzne, korzystanie i niekorzystanie z internetu, bycie odbiorcą kampanii i bycie poza jej zasięgiem oraz różnic w czasie; poszukiwanie istotności różnic statystycznych:
   * + dla pytań z odpowiedzią na skali punktowej będzie dotyczyć zarówno średnich ogólnych, jak i różnic w odsetkach wskazań poszczególnych kategorii odpowiedzi;
     + dla pytań z kafeteriami (binarne lub zawierające wiele możliwości odpowiedzi) będzie dotyczyć różnic między odsetkami wskazań poszczególnych odpowiedzi;

* obejmować opis analizy i interpretację zależności pomiędzy większą liczbą zmiennych, celem identyfikacji i wyjaśnienia związków przyczynowo-skutkowych pomiędzy zmiennymi, tam, gdzie jest to możliwe i zasadne. Jako zmienną rozumie się cechy socjodemograficzne oraz poziomy wskaźników (tj. częstość odpowiedzi na pytania), jak również inne elementy, zaproponowane przez Wykonawcę w toku realizacji badania.
* przedstawiać wykresy prezentujące zestawione według poszczególnych lat wyniki (z kolejnych pomiarów oraz, w wybranych przez Zamawiającego przypadkach, z badania „E-administracja w oczach internautów”) ogółem i wyniki dla grup wyodrębnionych ze względu na różne cechy socjodemograficzne, korzystanie i niekorzystanie z internetu, bycie w zasięgu kampanii i poza jej zasięgiem.
* w przypadku **raportu końcowego** z trzeciego badania rocznego, nosić tytuł „Podsumowanie monitoringu rezultatów kampanii na rzecz upowszechniania technologii cyfrowych*”* izawierać podsumowanie wszystkich badań rocznych oraz **badań omnibusowych**, a także wnioski odnoszące się do całości badań.
* uwzględniać oznaczenia zgodne z Księgą Identyfikacji Wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020 w związku z faktem, że Zamówienie jest finansowane ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa 2014-2020 oraz z budżetu państwa. Wykonawca w ciągu 5 dni od zawarcia umowy otrzyma od Zamawiającego zestaw znaków, jakimi zobowiązany będzie oznakować raport i pozostałe materiały z badania.

Wykonawca będzie zobowiązany do zaprezentowania każdego raportu z badania przed Zamawiającym w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego (na terenie Warszawy) w ciągu 3 dni od przekazania ostatecznego raportu.

1. **Raport z każdego badania omnibusowego powinien:**

* zawierać prezentacją graficzną na wykresach i oznaczeniem różnic istotnych statystycznie oraz wnioski z badania
* być przygotowany w formacie pliku PowerPoint
* uwzględniać oznakowanie określone w punkcie 8.3.a. tiret dziewiąty.

1. **HARMONOGRAM**

Realizacja badania będzie przebiegać zgodnie z harmonogramem wypracowanym po zawarciu umowy na podstawie zapisów z poniższej tabeli:

I badanie roczne

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Działanie** | **Czas trwania** | **Skumulowany czas trwania** |
| 1 | Wykonawca przedstawi plan badania, zgodnie z punktem 5 OPZ. | 11 | 11 dni od dnia zawarcia umowy |
| 2 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi oraz propozycje uzupełnień w raporcie i przekaże je Wykonawcy | 7 | 18 dni od dnia zawarcia umowy |
| 3 | Realizacja pierwszego badania rocznego w ramach czterech obszarów kampanii (stan początkowy) | 43 | 61 dni od dnia zawarcia umowy |
| 4 | Wykonawca przekaże pliki z bazami danych, tabelami wynikowymi z pierwszego badania rocznego | 9 | 70 dni od dnia zawarcia umowy |
| 5 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi do plików oraz propozycje uzupełnień | 7 | 77 dni od dnia zawarcia umowy |
| 6 | Wykonawca przekaże poprawione pliki | 4 | 81 dni od dnia zawarcia umowy |
| 7 | Wykonawca przekaże raport z pierwszego badania rocznego | 15 | 96 dni od dnia zawarcia umowy |
| 8 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi do raportu oraz propozycje uzupełnień | 8 | 104 dni od dnia zawarcia umowy |
| 9 | Wykonawca przekaże ostateczny raport i oraz prezentację raportu w postaci elektronicznej, która następnie zostanie zaprezentowana Zamawiającemu przez Wykonawcę | 5 | 109 dni od dnia zawarcia umowy |
| 10 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi oraz propozycje uzupełnień w prezentacji i przekaże je Wykonawcy | 3 | 112 dni od dnia zawarcia umowy |
| 11 | Wykonawca zaprezentuje raport przed Zamawiającym | 10 | 122 dni od dnia zawarcia umowy |
| 12 | Przekazanie raportu z pierwszego badania rocznego w wersji dostępnej dla niepełnosprawnych | 28 | 150 dni od dnia zawarcia umowy |

II badanie roczne

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Działanie** | **Czas trwania** | **Skumulowany czas trwania** |
| 13 | Zamawiający przekaże zlecenie uruchomienia II badania |  |  |
| 14 | Wykonawca potwierdzi przyjęcie zlecenia | 3 | 3 dni od dnia wystawienia zlecenia |
| 15 | Wykonawca przedstawi plan badawczy, zgodnie z punktem 5 | 2 | 5 dni od dnia wystawienia zlecenia, czyli uruchomienia II badania |
| 16 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi oraz propozycje uzupełnień w raporcie i przekaże je Wykonawcy | 3 | 8 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 17 | Realizacja drugiego badania rocznego w ramach czterech obszarów kampanii (stan początkowy) | 43 | 51 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 18 | Wykonawca przekaże pliki z bazami danych, tabelami wynikowymi z II badania rocznego | 7 | 58 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 19 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi do plików oraz propozycje uzupełnień | 6 | 64 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 20 | Wykonawca przekaże poprawione pliki | 4 | 68 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 21 | Wykonawca przekaże raport z drugiego badania rocznego | 35 | 103 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 22 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi do raportu oraz propozycje uzupełnień | 10 | 113 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 23 | Wykonawca przekaże ostateczny raport i oraz prezentację raportu w postaci elektronicznej, która następnie zostanie zaprezentowana Zamawiającemu przez Wykonawcę | 7 | 120 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 24 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi oraz propozycje uzupełnień w prezentacji i przekaże je Wykonawcy | 5 | 125 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 25 | Wykonawca zaprezentuje raport przed Zamawiającym | 10 | 135 dni od dnia uruchomienia II badania |
| 26 | Przekazanie raportu z drugiego badania rocznego w wersji dostępnej dla niepełnosprawnych | 20 | 155 dni od dnia uruchomienia II badania |

III badanie roczne

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Działanie** | **Czas trwania** | **Skumulowany czas trwania** |
| 27 | Zamawiający przekaże zlecenie uruchomienia trzeciego badania rocznego |  |  |
| 28 | Wykonawca potwierdzi przyjęcie zlecenia | 3 | 3 dni od dnia wystawienia zlecenia |
| 29 | Wykonawca przedstawi plan badawczy, zgodnie z punktem 5 | 2 | 5 dni od dnia wystawienia zlecenia, czyli uruchomienia III badania |
| 30 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi oraz propozycje uzupełnień w raporcie i przekaże je Wykonawcy | 3 | 8 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 31 | Realizacja III badania rocznego w ramach 4 obszarów kampanii (stan początkowy) | 43 | 51 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 32 | Wykonawca przekaże pliki z bazami danych, tabelami wynikowymi z III badania rocznego | 7 | 58 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 33 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi do plików oraz propozycje uzupełnień | 6 | 64 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 34 | Wykonawca przekaże poprawione pliki | 4 | 68 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 35 | Wykonawca przekaże raport końcowy z badań | 35 | 103 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 36 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi do raportu oraz propozycje uzupełnień | 10 | 113 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 37 | Wykonawca przekaże ostateczny raport i oraz prezentację raportu w postaci elektronicznej, która następnie zostanie zaprezentowana Zamawiającemu przez Wykonawcę | 7 | 120 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 38 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi oraz propozycje uzupełnień w prezentacji i przekaże je Wykonawcy | 5 | 125 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 39 | Wykonawca zaprezentuje raport przed Zamawiającym | 10 | 135 dni od dnia uruchomienia III badania |
| 40 | Przekazanie raportu końcowego w wersji dostępnej dla niepełnosprawnych | 20 | 155 dni od dnia uruchomienia III badania |

Badania omnibusowe

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Działanie** | **Czas trwania** | **Skumulowany czas trwania** |
| 41 | Zamawiający przekaże zlecenie uruchomienie badania omnibusowego | 0 |  |
| 42 | Wykonawca potwierdzi przyjęcie zlecenia | 3 | 3 dni od dnia wystawienia zlecenia |
| 43 | Konsultacje w sprawie pytań do kwestionariusza badawczego do badań omnibusowych | 5 | 8 dni od dnia wystawienia zlecenia |
| 44 | Realizacja badania omnibusowego | 30 | do ostatniego dnia miesiąca, którego dotyczy zlecenie |
| 45 | Wykonawca przekaże pliki z bazą danych i tabelami wynikowymi oraz raportem | 10 | do 10 dnia miesiąca następującego po miesiącu, którego dotyczy zlecenie |
| 46 | Zamawiający przedstawi swoje uwagi do plików oraz propozycje uzupełnień | 5 | 5 dni od dnia otrzymania tabel wynikowych, bazy i prezentacji |
| 47 | Wykonawca przekaże ostateczne wersje plików z bazą danych i tabelami wynikowymi oraz raportem | 5 | do 20 dnia miesiąca następującego po miesiącu, którego dotyczy zlecenie |

Terminy ostatecznego harmonogramu projektu badawczego mogą ulec zmianie w wyniku ustaleń między Zamawiającym a Wykonawcą na etapie opracowywania i zatwierdzania Planu badania, z zastrzeżeniem, że okres realizacji pojedynczego badania rocznego nie może przekraczać 155 dni liczonych od dnia zawarcia umowy w przypadku pierwszego badania rocznego lub dnia przekazania zlecenia uruchomienia badania w przypadku drugiego i trzeciego badania rocznego.

1. **FINANSOWANIE ZAMÓWIENIA**

Zamówienie będzie finansowane ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i budżetu państwa w ramach działania 3.4. Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa.

**ZAŁĄCZNIKI**

* 1. Wzór zlecenia badania omnibusowych.
  2. Wzór potwierdzenia zlecenia badania omnibusowych.
  3. Informacja o kampaniach edukacyjno – informacyjnych prowadzonych w ramach projektu „Kampanie edukacyjno-informacyjne na rzecz upowszechnienia korzyści z wykorzystania technologii cyfrowych”, o których mowa w punkcie 1 OPZ.
  4. Ankieta do badania „e-administracja w oczach internautów 2016”
  5. Ankieta do badania „e-administracja w oczach internautów 2014”
  6. Ankieta do badania GUS „Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych w 2017 r.”

**Załącznik nr 1 do OPZ**

Zlecenia badania

Warszawa, dnia [dd.mm.rrrr] r.

[numer sprawy]

Pan/i

[Dane kontaktowe Wykonawcy]

**Zlecenie nr …..**

**na podstawie Umowy …… z dnia …….. r.**

Ja, ……………. [dane przedstawiciela Zamawiającego] działający w imieniu ……. [dane Zamawiającego], proszę o:

1. realizację badania ……………………………………………………, określonego w § 1 ust. 1 pkt … [[1]](#footnote-1)umowy, z wykorzystaniem następujących pytań:

*…………………………………..*

1. Liczba pytań według rodzaju i cena jednostkowa (w przypadku badania omnibusowego):

*…………………………………..*

1. Cena za wykonanie zlecenia wynosi ……………… zł brutto (słownie: …………. złotych brutto)
2. Termin realizacji badania …………………………… r.

………………………………………………………….

podpis przedstawiciela Zamawiającego

**Załącznik nr 2 do OPZ**

Potwierdzenia przyjęcia zlecenia

Miejscowość, dnia [dd.mm.rrrr] r.

Pan/i

[Dane kontaktowe Zamawiającego]

**Potwierdzenie przyjęcia zlecenia**

**na podstawie Umowy …… z dnia …….. r.**

Ja, ……………. [dane przedstawiciela Wykonawcy] działający w imieniu ……. [dane Wykonawcy], potwierdzam przyjęcie zlecenia nr …., z zachowaniem poniższej specyfikacji.

1. realizacja badania …………………………………………, określonego w § 1 ust. 1 pkt ……..[[2]](#footnote-2) umowy, z wykorzystaniem następujących pytań:

*…………………………………..*

1. Liczba pytań według rodzaju i cena jednostkowa (w przypadku badania omnibusowego):

*…………………………………..*

1. Cena za wykonanie zlecenia wynosi ……………… zł brutto (słownie: …………. złotych brutto)
2. Termin realizacji badania …………………………… r.

………………………………………………………….

podpis przedstawiciela Wykonawcy

1. Zapis zostanie dodany w zależności od badania, którego będzie dotyczyło zlecenie. [↑](#footnote-ref-1)
2. Zapis zostanie dodany w zależności od badania, którego będzie dotyczyło potwierdzenie przyjęcia zlecenia. [↑](#footnote-ref-2)