

Adres strony internetowej, na której Zamawiający udostępnia Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia:

www.uokik.gov.pl

**Warszawa: Przeprowadzenie badania socjologicznego Znajomość praw
konsumenckich oraz analiza barier utrudniających konsumentom
bezpieczne i satysfakcjonujące uczestnictwo w rynku
Numer ogłoszenia: 287862 - 2013; data zamieszczenia: 22.07.2013
OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - usługi**

Zamieszczanie ogłoszenia: obowiązkowe.

Ogłoszenie dotyczy: zamówienia publicznego.

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

I. 1) NAZWA I ADRES: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów , Pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950
Warszawa, woj. mazowieckie, tel. 022 5560129, faks 022 8270843.

Adres strony internetowej zamawiającego: www.uokik.gov.pl

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Administracja rządowa centralna.

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) OKREŚLENIE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

II.1.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Przeprowadzenie badania socjologicznego
Znajomość praw konsumenckich oraz analiza barier utrudniających konsumentom bezpieczne i
satysfakcjonujące uczestnictwo w rynku.

II.1.2) Rodzaj zamówienia: usługi.

II.1.4) Określenie przedmiotu oraz wielkości lub zakresu zamówienia: I. Przedmiotem zamówienia jest
przeprowadzenie badania socjologicznego: Znajomość praw konsumenckich oraz analiza barier
utrudniających konsumentom bezpieczne i satysfakcjonujące uczestnictwo w rynku. Przedmiotem badania
jest zgodna z regułami sztuki realizacja badania metodą zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) oraz
indywidualnych wywiadów kwestionariuszowych (PAPI). Wykonawca przeprowadzi badanie od etapu
opracowania narzędzi badawczych - kolejno przez wszystkie etapy przewidziane regułami sztuki - aż po
opracowanie pełnego raportu z badania. II. Cele badawcze: 1. Monitoring poziomu znajomości praw
konsumentów (analiza zróżnicowania wartości zmiennej w stosunku do wyników uzyskanych w 2007 oraz
2009 roku); 2. Monitoring istniejących barier dla aktywności konsumentów w obszarze umiejętności i
skuteczności dochodzenia roszczeń (analiza zróżnicowania wartości zmiennej w stosunku do wyników
uzyskanych w 2007 oraz 2009 roku); 3. Monitoring znajomości UOKiK, jako instytucji zajmującej się

ochroną konsumentów w tym; 1) Znajomość kompetencji prezesa UOKiK, 2) Znajomość innych instytucji zajmujących się sprawami konsumenckimi, 3) Ocena UOKiK jako instytucji zajmującej się ochroną praw konsumenckich. 4. Identyfikacja potrzeb konsumenckich (aktywność konsumencka). 1) Jakich informacji na temat praw poszukują konsumenci? 2) Identyfikacja źródeł z jakich konsumenci czerpią wiedzę na temat swoich praw; 3) Ustalenie preferowanych źródeł dla pozyskiwania informacji o przysługujących im prawach, z uwzględnieniem następujących kanałów informacyjnych: Internet, publikacje (w formie tradycyjnej - druk oraz w formie elektronicznej), targi, infolinia, TV, od przedsiębiorców (sprzedawców), e-mail, e-porady. 5. Rangowanie sektorów ze względu na znajomość zagadnień z nimi związanych (próba stworzenia rankingu sektorów od najbardziej przyjaznych, w których konsumenci doskonale orientują się w swoich prawach i obowiązkach sprzedawców do najmniej przyjaznych. Oraz wskazanie sektorów, w których konsumenci wykazują się najwyższą aktywnością w zakresie dochodzenia swoich praw. Z uwzględnieniem następujących obszarów; 1) Sektor finansowy (w tym ubezpieczenia), 2) Sektor handlowo-usługowy (w tym sklepy internetowe), 3) Sektor energetyczny, 4) Sektor turystyczny, 5) Sektor (telekomunikacyjny w tym poczta i media), 6) Sektor transportowy, 7) Windykacja. 6. Postawy polskich konsumentów wobec Reklamy. Oczekiwania i preferencje. (w tym reklama w sektorze usług finansowych i telemarketingu, skłonności konsumentów do ufania w prawdziwość informacji przekazywanych przez sprzedawców, czy te informacje są weryfikowane przez konsumentów?) 7. Rozpoznawalność i postawy (ocena przydatności) konsumentów wobec kampanii informacyjnych kierowanych do słabszych uczestników rynku: 1) Nie daj się nabrać. Sprawdź zanim podpiszesz, 2) Weź paragon 8. Analiza czynników, jakie konsument bierze pod uwagę przy dokonywaniu wyborów następujących produktów: 1) Żywność (informacja o zawarciu w tym dodaniu GMO, informacja o objęciu produktu systemem oznaczeń chronionych, ekologia, informacja o wartości odżywczej, informacja o zgodności produktu z normami), 2) Produkty nieżywnościowe (informacja o zgodności produktu z normami, o zawartości GMO, o sposobie konserwacji, o składzie surowcowym produktów włókienniczych, informacja o tym, że produkcja (w szczególności odzież) była bezpieczna dla środowiska, 3) Kosmetyki (informacja o składzie i trwałości symbol PAO), 4) Paliwa (czy przy decyzji zakupu paliwa konsumenci biorą pod uwagę zawartość biokomponentów, czy sprawdzają, które stacje sprzedają dobrej jakości paliwa - gdzie pozyskują informacje w tej kwestii? Próba ustalenia postaw konsumentów do biopaliw, 5) Czy konsumenci przy wyborze produktów zapoznają się z deklaracją producenta umieszczaną na opakowaniu? oraz jakie informacje od producenta są ważne dla konsumentów. III. Metodologia Badania: 1) Komponent 1: metoda jakościowa (FGI) 2) Komponent 2: metoda ilościowa (indywidualny wywiad kwestionariuszowy) Komponent 1: metoda jakościowa (FGI) Próba badawcza: Konsumenci odpowiedzialni w rodzinie za podejmowanie decyzji o zakupie towarów i usług zaspokajających podstawowe potrzeby gospodarstwa domowego (w tym produkty spożywcze, chemia gospodarcza, kosmetyki odzież). Uczestnicy FGI będą selekcjonowani do badania na podstawie następujących cech społeczno-demograficznych: miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie: 1. Miejsce realizacji FGI: 1) Duże miasto (ponad 500 000 mieszkańców), 2) Średnie miasto (około 100 000

mieszkańców), 3) Małe miasto (około 50 000 mieszkańców). 2. Wiek: 25-55 lat 3. Wykształcenie: zawodowe, średnie, wyższe, w tym: 1) Łącznie 4 FGI w dużych i średnich miastach, w tym w każdym mieście: - 1 FGI: osoby z wykształceniem średnim lub wyższym, 50 % kobiet, 50 % mężczyzn, wiek 25-39 lat; - 1 FGI: osoby z wykształceniem średnim lub wyższym, 50 % kobiet, 50 % mężczyzn, wiek 40-55 lat. 2) Łącznie 2 FGI w małym mieście; - 1 FGI: osoby z wykształceniem średnim lub zawodowym, 50% kobiet, 50 % mężczyzn, wiek 25-39 lat; - 1 FGI: osoby z wykształceniem średnim lub zawodowym, 50% kobiet, 50% mężczyzn, wiek 40 - 55 lat, W skład każdej grupy FGI wejdzie od 8 do 9 osób. FGI zostaną przeprowadzone według scenariusza opracowanego przez wykonawcę w porozumieniu i we współpracy z UOKiK. Scenariusz musi zostać zaakceptowany przez UOKiK (termin akceptacji: 5 dni roboczych od dnia przedstawienia projektu). 3) Metoda pomiaru Zogniskowane wywiady grupowe N=6 Komponent 2: metoda ilościowa (indywidualny wywiad kwestionariuszowy) 1) Próba - reprezentatywna próba populacji dobrana metodą losową (PESEL) z zapewnieniem zgodności rozkładów podstawowych cech społeczno-demograficznych w próbie z rozkładami w populacji (za zakup bazy odpowiada Wykonawca-Wykonawca ponosi również koszty losowania). Wymagana wielkość próby: minimum 1000 osób. 2) Metoda pomiaru - wywiad ankierski bezpośredni z użyciem standaryzowanego kwestionariusza. Przy opracowaniu kwestionariusza ankiety Wykonawca uwzględni wyniki badania jakościowego (FGI) zrealizowanego w ramach komponentu 1. Kwestionariusz musi zostać zaakceptowany przez UOKiK (termin akceptacji: 5 dni roboczych od dnia przedstawienia projektu kwestionariusza). Wykonawca zobowiązuje się wykonać badania zgodnie z aktualnym stanem wiedzy przy dołożeniu należytej staranności i przy uwzględnieniu zasad Kodeksu European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR) oraz standardów określonych przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku (OFBOR). Wykonawca jest odpowiedzialny za stworzenie scenariusza (FGI), kwestionariusza (PAPI) i raportu końcowego. Scenariusz badania jakościowego, kwestionariusz do badania ilościowego oraz raportu z przeprowadzonego badania zostanie opracowany przy udziale Eksperta ds. konsumenckich oraz Eksperta ds. badań społecznych. UOKiK zgłosi uwagi do scenariusza i kwestionariusza w ciągu 5 dni roboczych od dnia przedstawienia przez Wykonawcę. Dokumenty zostaną poprawione przez Wykonawcę w ciągu 3 dni roboczych i przesłane do ostatecznej akceptacji Urzędu, która nastąpi w terminie 3 dni roboczych. Wyniki badań zostaną przekazane zamawiającemu w formie raportu opisowego, zawierającego, analizę danych, omówienie wyników, wnioski i rekomendacje. W komentarzach do wyników badań należy omówić uzyskane wyniki, wskazać na prawidłowy sposób postępowania konsumenta oraz opisać kierunki zmian w porównaniu do wyników uzyskanych we wcześniejszych badaniach. Raport będzie zawierał wykresy graficzne oraz tabele statystyczne. Wnioski i rekomendacje zostaną opracowane osobiście przez Eksperta ds. badań społecznych przy udziale Eksperta ds. konsumenckich. Objętość dokumentu: minimum 50 stron maszynopisu. Wykonawca jest zobowiązany przesłać projekt raportu końcowego do zatwierdzenia przez UOKiK. Urząd zgłosi uwagi do projektu raportu końcowego w ciągu 5 dni roboczych od dnia przekazania projektu. Poprawiony raport zostanie przesłany do ostatecznej akceptacji Urzędu, która nastąpi w terminie

4 dni roboczych od dnia przekazania raportu przez Wykonawcę. Wykonawca rejestruje wszystkie FGI w systemie audio i video i przekaże je do UOKiK wraz z raportem oraz danymi surowymi (PAPI) w formacie SPSS lub Excel. UOKiK zastrzega sobie prawo do obecności przedstawiciela Urzędu podczas realizacji badania metodą jakościową (FGI)..

II.1.6) Wspólny Słownik Zamówień (CPV): 79.30.00.00-7.

II.1.7) Czy dopuszcza się złożenie oferty częściowej: nie.

II.1.8) Czy dopuszcza się złożenie oferty wariantowej: nie.

II.2) CZAS TRWANIA ZAMÓWIENIA LUB TERMIN WYKONANIA: Okres w dniach: 40.

SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

III.1) WADIUM

Informacja na temat wadium: Zamawiający nie wymaga wadium

III.2) ZALICZKI

III.3) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW

III.3.2) Wiedza i doświadczenie

Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku

Wykonawca musi wykazać się, że w okresie ostatnich trzech lat przed dniem wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy w tym okresie, przeprowadził (a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również przeprowadza) dwa zadania dotyczące wykonania badań konsumenckich (przy jednoczesnym zastosowaniu technik FGI oraz PAPI) na próbie co najmniej N=1000, o wartości co najmniej 40 000,00 zł każde. Zamawiający wyklucza badania z zakresu projektów i programów szkoleniowych. Wykonawca musi potwierdzić ich należyte wykonanie, poprzez przedstawienie odpowiednich dokumentów wystawionych przez zamawiającego lub odbiorcę dostawy.

III.3.4) Osoby zdolne do wykonania zamówienia

Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku

Dysponowanie odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia - ekspertami tj. Ekspertem ds. badań społecznych, Ekspertem ds. konsumenckich, wykazującymi się kompetencjami i kwalifikacjami związanymi z zakresem działań przewidzianych w opisie przedmiotu zamówienia, zgodnie z poniższymi wymaganiami: Ekspert ds. konsumenckich wymagane kwalifikacje: Wykształcenie: wyższe min. tytuł magistra (lub równoważny w przypadku ukończenia zagranicznej uczelni). Wymagane doświadczenie: min. 3

letnie doświadczenie w zakresie ochrony konsumentów w minimum jednym z podanych obszarów: 1) działalność dydaktyczno-naukowa w obszarze ochrony konsumentów, 2) udzielanie porad w zakresie ochrony konsumentów, 3) prowadzenie postępowań w zakresie ochrony konsumentów przed Prezesem UOKiK lub SOKiK, 4) doświadczenie w opracowywaniu publikacji edukacyjnych lub w konsultacjach merytorycznych jako autor, współautor lub konsultant merytoryczny przynajmniej trzech podręczników, przewodników lub broszur adresowanych do konsumentów. Ekspert ds. badań społecznych wymagane kwalifikacje: Wykształcenie: wyższe min. tytuł magistra (lub równoważny w przypadku ukończenia zagranicznej uczelni) z socjologii lub psychologii. Członek ESOMAR (światowej organizacji zrzeszającej osoby działające w dziedzinie badania rynku i opinii publicznej) lub innych stowarzyszeń branżowych w Polsce lub w innych krajach Unii Europejskiej np. PTBRiO. Wymagane doświadczenie: 1) min. 5 letnie doświadczenie w zakresie analizowania wyników badań oraz pisaniu wniosków i zaleceń dot. badań społecznych. 2) min. 5 letnie doświadczenie w zakresie opracowywania i prowadzenia badań socjologicznych z zastosowaniem ilościowych i jakościowych metod statystycznych. 3) min. 5 letnie doświadczenie w instytucie badawczym jako specjalista ds. badań rynkowych.

III.4) INFORMACJA O OŚWIADCZENIACH LUB DOKUMENTACH, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ NIEPODLEGANIA WYKLUCZENIU NA PODSTAWIE ART. 24 UST. 1 USTAWY

III.4.1) W zakresie wykazania spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy, oprócz oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu należy przedłożyć:

- wykaz wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, głównych dostaw lub usług, w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których dostawy lub usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów, czy zostały wykonane lub są wykonywane należycie;
- wykaz osób, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności, oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami;

III.4.2) W zakresie potwierdzenia niepodlegania wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy, należy przedłożyć:

- oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia;

- aktualny odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;

III.4.3) Dokumenty podmiotów zagranicznych

Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, przedkłada:

III.4.3.1) dokument wystawiony w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania potwierdzający, że:

- nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości - wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;

III.4.4) Dokumenty dotyczące przynależności do tej samej grupy kapitałowej

- lista podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów albo informacji o tym, że nie należy do grupy kapitałowej;

SEKCJA IV: PROCEDURA

IV.1) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia: przetarg nieograniczony.

IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT

IV.2.1) Kryteria oceny ofert: najniższa cena.

IV.4) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

IV.4.1) Adres strony internetowej, na której jest dostępna specyfikacja istotnych warunków zamówienia: www.uokik.gov.pl

Specyfikację istotnych warunków zamówienia można uzyskać pod adresem: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa.

IV.4.4) Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu lub ofert: 31.07.2013 godzina 10:00, miejsce: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa, kancelaria, pokój 116 (I piętro).

IV.4.5) Termin związania ofertą: okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert).

IV.4.17) Czy przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku

nieprzyznania środków pochodzących z budżetu Unii Europejskiej oraz niepodlegających zwrotowi środków z pomocy udzielonej przez państwa członkowskie Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA), które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia: nie