



Załącznik Nr 1. Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zapytania ofertowego jest obsługa Fundacji WWF Polska w zakresie badań opinii publicznej.

W ramach niniejszego postępowania **Zamawiający nawiąże z Wykonawcą stałą współpracę w ramach umowy ramowej** z wybranymi (jednym lub więcej) oferentami.

Jeżeli zamówienie zostanie udzielone jednemu Wykonawcy Zamawiający udzieli zamówienia wykonawczego - szczegółowego na podstawie kryterium cena. Jeżeli w postępowaniu Zamawiający dokona wyboru więcej niż 1 Wykonawcy, wówczas Zamawiający zwróci się do Wykonawców z propozycją zapytania ofertowego, w którym Zamawiający sprecyzuje przedmiot i zakres zamówienia. Kryterium oceny ofert w ramach tego zapytania mogą być: cena oraz elementy pozacenowe.

Współpraca będzie dotyczyć:

- doradztwa w kwestii prowadzonych badań opinii publicznej – rekomendacja metod i scenariuszy badań w odpowiedzi na potrzeby Fundacji;
- przeprowadzanie badań, przygotowanie i prezentacja raportów z badań wraz z wynikającymi z nich rekomendacjami.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca dedykował do realizacji zamówienia co najmniej 1 osobę, jako koordynatora realizacji zamówienia do bezpośredniego kontaktu z Zamawiającym.

Część 1 - opis przedmiotu zamówienia w zakresie badania wizerunkowego

W ramach badania wizerunkowego Wykonawca przeprowadzi monitoring wskaźników wizerunkowych Fundacji w kontekście następujących elementów:

- świadomość spontaniczna,
- świadomość wspomagana,
- top of mind,
- świadomość konkretnych działań,
- opinie na tematy ochrony środowiska.

Badanie ma zostać przeprowadzone metodą CAWI, przy próbie N=1000. Zakłada się długość kwestionariusza - około 15 minut.

Warunki zamówienia:

- Wykonawca uzyska od Zamawiającego gotowy scenariusz badania do ewentualnej weryfikacji w jego części;
- raport z badania ma zostać przygotowany w języku polskim oraz angielskim;
- raport ma zostać wykonany w terminie 3 miesięcy od daty zawarcia umowy;
- badanie ma być cyklicznie powtarzane (raz na rok).

Wykonawca ma za zadanie przedstawienie oferty cenowej na przeprowadzenie powyższego badania.



Część 2 – opis przedmiotu zamówienia w zakresie badania jakościowego darczyńców

Zamawiający w ramach realizacji umowy ramowej zamierza przeprowadzić 2 razy w roku badanie jakościowe obecnych darczyńców. Celem badania jest sprawdzenie poziomu satysfakcji darczyńców z relacji z fundacją. Wykonawca otrzyma od Zamawiającego wstępne propozycje pytań/kwestionariusza z prośbą o ich weryfikację i redakcję oraz przygotowanie finalnego scenariusza. Wstępnie zakładana wielkość grupy to 100 osób, sugerowana metoda badawcza: CATI.

Wykonawca ma za zadanie przygotowanie oferty cenowej na przeprowadzenie powyższego badania.







Część 3 - opis przedmiotu zamówienia dla dwóch przykładowych, wstępnie planowanych badań

Zamawiający w ramach realizacji umowy ramowej zamierza zlecić Wykonawcy wykonanie 2 badań: „działania zagraniczne” oraz „odpady”. Wskazane poniżej badania mogą być (nie muszą) przeprowadzone jednocześnie – dwa tematy łącznie. Wykonawca otrzyma od Zamawiającego informację dotyczącą badania, w tym jego cel, wstępne propozycje pytań oraz grupę docelową.

Wykonawca winien przedstawić ofertę dotyczącą obu zadań na podstawie proponowanych/roboczych poniżej pytań:

OBSZAR: DZIAŁANIA ZAGRANICZNE	OBSZAR: ODPADY
Cel: sprawdzenie czy działania fundacji wpływają na zmianę świadomości społecznej, oraz poznanie opinii społecznej w wybranych tematach	Cel: poznanie opinii i motywacji związanych z segregacją odpadów w Polsce
Grupa docelowa: społeczeństwo przekrojowo Termin badania: 2020/21, powtórzenie badania w 2025	Grupa docelowa społeczeństwo przekrojowo Termin badania: listopad 2020 - luty 2021
1. Które działania na rzecz ochrony przyrody zagranicą wpływają w największym stopniu na Pani/Pana życie? <ul style="list-style-type: none">• powstrzymanie wycinki lasów deszczowych• zamknięcie nielegalnych rynków handlu dziką przyrodą• ochrona zagrożonych gatunków• ochrona oceanów• przeciwdziałanie zmianie klimatu• ...• żadne z powyższych	1. Mieszkam w: <ul style="list-style-type: none">• domu (jednorodzinny, bliźniaku, szeregowcu)• mieszkaniu 2. Czy podczas zakupów zwraca Pani/Pan uwagę na opakowanie produktu pod kątem wielkości opakowania, rodzaju materiałów z których jest zrobione pod kątem możliwości ich późniejszego recyklingu? <ul style="list-style-type: none">• tak• nie
2. Czy ochrona przyrody zagranicą jest dla Pani/Pana tak samo ważna jak ochrona przyrody w Polsce? <ul style="list-style-type: none">• zdecydowanie tak• raczej tak• trudno powiedzieć• raczej nie• zdecydowanie nie	3. Czy zna Pan/ Pani poniższe symbole? Jeśli tak, co oznaczają poniższe symbole?



	 <p>x opakowanie nadaje się do recyklingu x producent sfinansował budowę i funkcjonowanie systemu odzysku odpadów x opakowanie wyprodukowane z materiału z recyklingu</p>  <p>x dbaj o czystość- opakowanie należy wyrzucić do kosza x opakowanie nadające się do recyklingu</p>  <p>x opakowanie nadaje się do recyklingu x opakowanie wyprodukowane z materiału z recyklingu</p>  <p>x opakowanie biodegradowalne x opakowanie ekologiczne</p>  <p>x oznaczenia na plastikowych opakowaniach x opakowanie nadaje się do recyklingu</p> 
<p>3. O których działaniach WWF Polska na rzecz ochrony środowiska zagranicą Pani/Pan słyszał(a)?</p> <ul style="list-style-type: none"> ochrona tygrysa ochrona słonia indyjskiego ochrona pantery śnieżnej ochrona lasów Dawna Tenasserim w Mjanmie (dawnej Birmie) ochrona lasów Belum-Temengor w Malezji ochrona górskiego ekoregionu Ałtaju i Sajarów w Mongolii zrównoważone rybołówstwo fake (działanie, którego nie prowadzimy jako forma sprawdzenia :P/działanie innego ngosa) nie słyszałam(em) o żadnym z powyższych 	<p>4. Czy używa Pan/ Pani plastikowych siatek w trakcie zakupów?</p> <ul style="list-style-type: none"> tak nie <p>5. W jakim celu?</p> <ul style="list-style-type: none"> do pakowania owoców i warzyw do pakowania pieczywa do pakowania wszystkich zakupów <p>6. Dlaczego wybiera Pan/Pani torby jednorazowego użytku? (pytanie otwarte)</p>
<p>4. Skąd Pan/Pani czerpie informacje o działaniach WWF Polska na rzecz ochrony przyrody zagranicą?</p> <ul style="list-style-type: none"> media społecznościowe newsletter strona www podcast telewizja radio prasa wystawy fotograficzne 	<p>7. Czy zamawiając produkty przez Internet zwraca Pan/Pani uwagę na opakowanie?</p> <ul style="list-style-type: none"> tak nie <p>8. Czy gdyby miał Pan/ Pani wybór otrzymania produktu w opakowaniu z recyklingu, o gorszej estetyce, wybrała/wybrałbyś go?</p> <ul style="list-style-type: none"> tak nie
<p>5. Pytanie o zasadność działań zagranicznych, czyli czy powinniśmy się zajmować ochroną przyrody zagranicą</p>	<p>9. Czy przed wyrzuceniem pustych opakowań zawierających różne materiały oddziela Pani/Pan?</p> <ul style="list-style-type: none"> folię od kartonu papier od szkła



<p><i>np. organizacje pozarządowe zajmujące się ochroną przyrody powinny prowadzić projekty na rzecz ochrony przyrody:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • tylko w Polsce • głównie w Polsce, a tylko czasem zagranicą • zarówno w Polsce, jak i zagranicą • głównie zagranicą, a tylko czasem w Polsce • tylko zagranicą 	<p>10. Czy zna i rozumie Pan/Pani zasady przygotowania odpadów do wyrzucenia (np. czy skorupki można wrzucać do bio)?</p>
	<p>11. Czy w Pana/Pani miejscu zamieszkania należy myć opakowania przed ich wyrzuceniem?</p> <ul style="list-style-type: none"> • tak • nie • nie wiem
	<p>12. Czy opróżnia Pan/Pani zawartość opakowanego, zepsutego/przeterminowanego produktu?</p> <ul style="list-style-type: none"> • tak • nie
	<p>13. Gdzie wyrzuca Pan/Pani opakowanie, gdzie zawartość?</p> <ul style="list-style-type: none"> • obie części do zmieszanych • opakowanie do tworzyw sztucznych, zawartość do zmieszanych • opakowanie do tworzyw sztucznych, zawartość do ścieków (do toalety, zlewu) • inne: jak?
	<p>14. Co według Pan/Pani stanowi największy problem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • niewydolny system odbioru (za rzadko przyjeżdża śmieciarka etc.) • nieprawidłowa segregacja odpadów przez mieszkańców • moja segregacja nie ma znaczenia kiedy pozostali mieszkańcy nie segregują poprawnie • segregowanie jest zbyt trudne i/lub czasochłonne • nie mam warunków do segregacji • nie chce mi się • zajmuje to za dużo czasu • wymaga to za dużego wysiłku • nie widzę w tym sensu • nie widzę problemu - segregacja przebiega/system funkcjonuje poprawnie • inne...
	<p>15. Co ułatwiłoby/ułatwia Panu/Pani segregację odpadów?</p> <ul style="list-style-type: none"> • jasne oznaczenie opakowań i jego elementów - gdzie powinny trafić - do jakiego kosza/ frakcji • jednoskładnikowe opakowanie i jego elementy • indywidualna odpowiedzialność za śmieci • wiedza o dalszych losach śmieci, znajomość procesu • inne...
	<p>16. Co zmotywowałoby lub motywuje Pana/Panią do segregacji odpadów w domu?</p> <ul style="list-style-type: none"> • benefity za poprawne segregowanie (zniżki do kina, na bilet miesięczny etc.) • wiedza dotycząca dalszego losu odpadów - ich odbioru, sortowania, przetworzenia (świadomość/poczucie, że ma to sens) • presja społeczeństwa/świadomość, że inni też to robią • kwestia wpływu odpadów na środowisko • nieuchronność kary za niepoprawne segregowanie



	17. Ile ma Pan/Pani pojemników na odpady w domu?
	18. Czy segregacja odpadów jest dla Pana/Pani czasochłonna?
	19. Jaki ma Pan/Pani podejście do segregacji odpadów: <ul style="list-style-type: none">• lubię to robić• mam do tego neutralny stosunek• nie lubię tego robić *Dlaczego?
	20. Jak często nie wie Pani/Pan gdzie wyrzucić dany odpad? <ul style="list-style-type: none">• codziennie• raz w tygodniu• raz w miesiącu• zawsze wiem
	21. Czy szuka Pan/Pani informacji dotyczących segregacji odpadów? <ul style="list-style-type: none">• tak• nie
	22. Gdzie szuka Pan/Pani informacji dot. segregacji odpadów? <ul style="list-style-type: none">• w Internecie• u znajomych/ rodziny• w spółdzielni• inne...
	23. Dla jakich odpadów sprawdza Pan/Pani sposób ich selektywnej zbiórki? <ul style="list-style-type: none">• codziennego użytku• sporadyczne/ elektro/ niebezpieczne• gabarytów
	24. Gdzie według Pana/ Pani trafiają śmieci po odebraniu ich z pojemników?

Na podstawie opisu obu badań Wykonawca ma za zadanie:

- zaproponować i uzasadnić proponowaną metodę badawczą;
- wycenić przeprowadzenie badania wraz z uwzględnieniem pracy z Zamawiającym nad finalnymi pytaniami i finalnym scenariuszem badania oraz prezentacją raportu końcowego.

Wykonawca powinien uwzględnić w swojej ofercie specyfikę działania WWF Polska jako Fundacji, nie prowadzącej dużych komercyjnych kampanii i zaproponować najbardziej efektywny sposób realizacji badania.

Wykonawca winien zaproponować sposób uniknięcia ryzyka „zakłamania badań” np. wynikających z prób pozytywnego prezentowania się przez ankietowanych w kontekście zaangażowania w cele ekologiczne i środowiskowe, aby uzyskać realne dane.