



Warszawa, dnia 13 marca 2014 r.

MINISTERSTWO OBRONY NARODOWEJ  
DEPARTAMENT ADMINISTRACYJNY  
MINISTERSTWO OBRONY NARODOWEJ  
KANCELARIA JAWNA WYDZIAŁ I

## Uczestnicy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego

Nr. 1246/DA  
2014-03-13

XIV ..... Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na wykonanie usługi polegającej na przeprowadzeniu usługi badania społecznego na temat: „Efektywności kampanii wizerunkowej Wojsko Polskie - Twoja Armia@” oraz „Pogłębionej diagnozy społecznej percepcji WP”, nr sprawy: 20/ZP/14

Szanowni Państwo,

Departament Administracyjny MON jako Zamawiający w niniejszym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, działając zgodnie z art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2013 r., poz. 907 ze zm.), przekazuje poniższe wyjaśnienia treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, zwanej dalej SIWZ:

### Pytanie nr 1:

W związku z postępowaniem prowadzonym w formie zapytania ofertowego, zwracamy się z prośbą o zmianę zapisu Rozdziału V Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia "W celu potwierdzenia, że oferowane usługi odpowiadają wymaganiom określonym przez Zamawiającego, Wykonawca składa zaświadczenie niezależnego podmiotu zajmującego się poświadczaniem zgodności działań Wykonawcy z normami jakościowymi, tj. ważny w 2014 r. certyfikat potwierdzający stosowanie standardów określonych w Programie Kontroli Jakości Pracy Ankieterów (PKJPA) wydany przez OFBOR w Polsce lub ważny w 2014 r. certyfikat ISO 20252".

Certyfikat PKJPA wydawany jest odpłatnie przez komercyjną organizację jaka jest OFBOR. Uzyskanie certyfikatu jest uwarunkowane przekazywaniem organizacji certyfikującej wielu szczegółowych informacji nt. funkcjonowania firmy badawczej, w tym danych o znaczeniu strategicznym. Ma to kapitalne znaczenie, ponieważ władze OFBORU tworzą czynni przedstawiciele niektórych firm z branży badawczej, czyli bezpośredniej konkurencji również w przedmiotowym postępowaniu. Wobec tego uważamy, że wymaganie od Wykonawcy posiadania tego konkretnego certyfikatu stanowi naruszenie zasad uczciwej konkurencji. Zasady PKJPA są jawne i można je z powodzeniem implementować, co też ma miejsce w naszym przypadku, bez ponoszenia zbędnych kosztów oraz uzależniania się od arbitralnych decyzji firm konkurencyjnych. Dotyczy, się to również certyfikatu ISO 20252.

### Odpowiedź:

Tak jak w SIWZ.

Zgodnie z zapisem zawartym w Rozdziale V SIWZ Wykaz dokumentów i oświadczeń, jakie mają dostarczyć Wykonawcy ust. 4:

"W celu potwierdzenia, że oferowane usługi odpowiadają wymaganiom określonym przez Zamawiającego, Wykonawca składa zaświadczenie niezależnego podmiotu zajmującego się poświadczaniem zgodności działań Wykonawcy z normami jakościowymi, tj. ważny w 2014 r. certyfikat potwierdzający stosowanie standardów określonych w Programie Kontroli Jakości Pracy Ankieterów (PKJPA) wydany przez OFBOR w Polsce lub ważny w 2014 r. certyfikat ISO 20252."

Odpowiedź na powyższe pytanie nie stanowi zmiany treści SIWZ.

### Pytanie nr 2:

Jednym z wymogów w Państwa przetargu jest posiadanie przez Managera Projektu tytułu doktora nauk społecznych. Nasz Wiceprezes posiada tytuł doktora nauk ekonomicznych, a jak wiadomo ekonomia to też nauka społeczna. Czy w związku z tym może w tym projekcie pełnić rolę Managera?

### Odpowiedź:

Tak jak w SIWZ.

Zgodnie z zapisem zawartym w Rozdziale IV SIWZ Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków, ust. 1 pkt 3, tiret pierwszy:

- "co najmniej jeden Menedżer/koordynator projektu – posiadający tytuł doktora nauk społecznych, doświadczenie w co najmniej 2 projektach:

- w zakresie kierowania lub koordynacji projektami badania wizerunku badanie ilościowe lub jakościowe (jedno badanie);
- w zakresie badania efektywności kampanii promującej (jedno badanie) w przeciagu ostatnich 2 lat (licząc od terminu składania ofert)"

Tak, doktor nauk ekonomicznych może pełnić w projekcie rolę Managera.

Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych (Dz. U. 179, poz 1065) do obszaru nauk społecznych należy m.in. dziedzina nauk ekonomicznych (w tym dyscyplina naukowa ekonomia).

Odpowiedź na powyższe pytanie nie stanowi zmiany treści SIWZ.

### **Pytanie nr 3:**

Dotyczy załącznik nr 8 do SIWZ - Szczegółowy opis przedmiotu umowy, punkt 2 - Cele szczegółowe, ostatni podpunkt):

W oparciu o jakie dane ma być zmierzony stopień zmian zaufania społecznego? Czy dokonano jakiegoś pomiaru przed kampanią (pre test), czy też wystarczy porównanie stopnia zaufania społecznego pomiędzy osobami, które kampanii nie znały i tymi które deklarują, że widziały ją przed badaniem uzupełnione analizą zmiany stopnia zaufania wśród nieznanających kampanii przed badaniem (porównanie pomiaru przed pokazaniem spotu i po pokazaniu spotu)?

### **Odpowiedź:**

Tak jak w SIWZ.

Zgodnie z zapisem zawartym w Załączniku nr 8 do SIWZ, Szczegółowy opis przedmiotu umowy, I "Efektywność kampanii wizerunkowej "Wojsko Polskie Twoja Armi@" w środkach masowego przekazu (telewizja, kino, Internet), pkt 2, tiret piąty: "określenie po kampanii wizerunkowej stopnia zmian zaufania społecznego do Wojska Polskiego oraz społecznego zainteresowania sytuacją Sił Zbrojnych w Polsce" oraz pkt 3:

### **"Zakres problematyki badawczej**

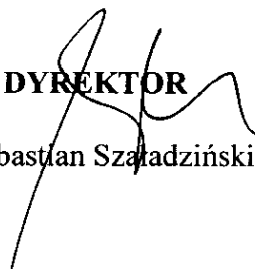
- Wykonawca opracuje pytania, które zostaną zaakceptowane przez Zamawiającego. Wykonawca w badaniach powinien:
  - dokonać szczegółowej charakterystyki grupy docelowej (kobiety i mężczyźni, 18-45 lat),
  - określić poziom wiedzy i postawy grupy docelowej dotyczące Sił Zbrojnych RP, w szczególności zaufanie społeczne do Wojska Polskiego oraz społeczne zainteresowanie sytuacją Sił Zbrojnych w Polsce,
  - opracować wskaźniki mierzące efektywność kampanii wizerunkowej w telewizji, kinie i Internecie,
  - zbadać stopień dotarcia kampanii wizerunkowej do adresata (np.: zasięg, częstotliwość itp.),
  - zbadać stopień zapamiętania/zrozumienia treści filmu/spotu promującego,
  - określić stosunek/zmianę emocjonalną odbiorcy po obejrzeniu filmu/spotu promującego,
  - uwzględnić inne istotne aspekty mające wpływ na skuteczność kampanii promującej (rzetelne przygotowanie i przeprowadzenie badań)."

W związku z powyższym do Wykonawcy należy przeprowadzenie badania, które m.in. określi poziom wiedzy i postawy grupy docelowej dotyczące Sił Zbrojnych RP, opracowanie wskaźników mierzących efektywność kampanii wizerunkowej, uwzględnienie innych istotnych aspektów mających wpływ na skuteczność kampanii

Odpowiedź na powyższe pytanie nie stanowi zmiany treści SIWZ.

Dotychczasowy termin składania ofert, tj. dnia 19 marca 2014 r. o godz. 11.00 **nie ulega zmianie**. Otwarcie ofert odbędzie się w dniu 19 marca 2014 r. o godz. 12.00.

Z poważaniem,

**DYREKTOR**  
  
 Sebastian Szadziński