

SPROSTOWANIE nr 1 z dnia 13.07.2022 r.

do postępowania przetargowego na przeprowadzenie badań ewaluacyjnych trzyletniego programu informacyjno - edukacyjnego dotyczącego jabłek i owoców jagodowych pt.

„Czas na zrównoważoną produkcję owoców” na rynkach Polski, Niemiec i Austrii
opublikowanego 21.06.2022r.

ZAMAWIAJĄCY: Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej z siedzibą ul. Sportowa 4a, 05-600 Grójec.

Przyczyna zmiany:

W Załączniku nr 1 – OPIS BADAŃ EWALUACYJNYCH do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu przetargowym na przeprowadzenie badań ewaluacyjnych trzyletniego programu informacyjno - edukacyjnego dotyczącego jabłek i owoców jagodowych pt. "Czas na zrównoważoną produkcję owoców" na rynkach Polski, Niemiec i Austrii wprowadzono poniższe poprawione zapisy, w związku z zauważonym błędem.

Zmiany w Załączniku nr 1 do SIWZ:

1. Zakres badań ewaluacyjnych trzyletniego programu informacyjno - promocyjnego dotyczącego jabłek i owoców jagodowych pt. "Czas na zrównoważoną produkcję owoców” na rynkach Polski, Austrii i Niemiec.

Jest:

Ewaluacja przeprowadzona zostanie trzykrotnie:

- na początku realizacji projektu (w 1. kwartale),
- w połowie projektu (w 6. kwartale) oraz
- na zakończenie projektu (w 12 kwartale).

Winno być:

Ewaluacja przeprowadzona zostanie trzykrotnie:

- na początku realizacji projektu tj. w 5, 6 i 7 miesiącu
- w połowie projektu (w 6. kwartale) oraz
- na zakończenie projektu (w 12 kwartale).

4.Szczegółowy opis działania oraz maksymalny zakładany budżet na działanie:

Jest:

			Imię i nazwis ko	Funkcja (KOO, BEN,	
--	--	--	------------------------	------------------------------	--

				INNA)	
9.1	Ocena wyników (Polska / (Niemcy / Austria)	WPŁYW INFORMACYJNY kampanii będzie oceniany 3x podczas kampanii - pre-test w I kwartale (pierwszy kwartał projektu), mid-test w Q6 / Q7 i post-test w Q12. Ankieta zostanie podzielona na dwie główne grupy (1-B2B-A i 2-B2B-B + B2C), aby ocenić poziom celów kampanii. Ocena zostanie zrealizowana w formie testów CAWI na reprezentatywnej grupie respondentów w Polsce i będzie składać się z max. 5 pytań. Przebadane zostaną następujące reprezentatywne grupy: - Cała populacja = B2B-B + B2C + N = 500 dla Austrii i N = 1000 dla Polski i N = 1000 dla Niemiec - B2B-A = N = 100 dla Polski i N = 50 dla Niemiec i Austrii. Odrębną częścią ankiety oceniającej wpływ na świadomość będzie raport - podsumowanie ostatecznego wpływu gospodarczego. Raport zostanie przygotowany przez niezależnych analityków wraz z podsumowaniem wpływu gospodarczego (dane sprzedażowe na podstawie Eurostatu i krajowych urzędów statystycznych w Polsce, Niemczech i Austrii. Jeden raport na zakończenie akcji.	ZSRP	COO	TAK - organ oceniający
Planowane efekty i szacunkowy budżet					
Harmonogram	ROK 1	ROK 2	ROK 3		
Rezultaty	1 kwestionariusz - 1. wersja B2B-A i 2. wersja „dla całej populacji” (wersja polska i niemiecka) 1 raport z	1 raport z badania (taki sam kwestionariusz jak w roku 1)	1 raport z badania (taki sam kwestionariusz jak w roku 1) 1 raport wpływu gospodarczego		

	ankiety		
Szacowany budżet	9.1 Ocena wyników		
	Ankieta CAWI - test wstępny - 14 400 EUR, Ankieta CAWI - test wstępny - DE + AT 23 400 EUR	Ankieta CAWI - badanie w połowie projektu - 14400 EUR PL, Ankieta CAWI – badanie w połowie projektu - DE + AT 23 400 EUR	Ankieta CAWI – po zakończeniu projektu - PL 14 400 EUR, Ankieta CAWI - po zakończeniu projektu - DE + AT 23 400 EUR, Raport - podsumowanie efektu końcowego - wynagrodzenie zewnętrznego i niezależnego analityka rynku: badanie danych, analiza, przygotowanie raportu końcowego 2470 EUR
	Opłata organu oceniającego - 8 dni * 800 EUR = 6400 EUR	Opłata organu oceniającego - 6 dni * 800 EUR = 4800 EUR	Opłata organu oceniającego - 6 dni * 800 EUR = 4800 EUR
Działanie 9.1 ogółem	44 200 EUR	42 600 EUR	45 070 EUR
	lub		
Pakiet roboczy 9 ogółem	EUR 44 200	42 600 EUR	EUR 45 070

Winno być:

			Imię i nazwisko	Funkcja (KOO,	
--	--	--	-----------------	---------------	--

			ko	BEN, INNA)	
9.1	Ocena wyników (Polska / (Niemcy / Austria)	WPŁYW INFORMACYJNY kampanii będzie oceniany 3x podczas kampanii - pre-test w 5,6 i 7 miesiącu projektu, mid-test w Q6 / Q7 i post-test w Q12. Ankieta zostanie podzielona na dwie główne grupy (1-B2B-A i 2-B2B-B + B2C), aby ocenić poziom celów kampanii. Ocena zostanie zrealizowana w formie testów CAWI na reprezentatywnej grupie respondentów w Polsce i będzie składać się z max. 5 pytań. Przebadane zostaną następujące reprezentatywne grupy: - Cała populacja = B2B-B + B2C + N = 500 dla Austrii i N = 1000 dla Polski i N = 1000 dla Niemiec - B2B-A = N = 100 dla Polski i N = 50 dla Niemiec i Austrii. Odrębną częścią ankiety oceniającej wpływ na świadomość będzie raport - podsumowanie ostatecznego wpływu gospodarczego. Raport zostanie przygotowany przez niezależnych analityków wraz z podsumowaniem wpływu gospodarczego (dane sprzedażowe na podstawie Eurostatu i krajowych urzędów statystycznych w Polsce, Niemczech i Austrii. Jeden raport na zakończenie akcji.	ZSRP	COO	TAK - organ oceniający
Planowane efekty i szacunkowy budżet					
Harmonogram	ROK 1	ROK 2		ROK 3	

Rezultaty	• 1 kwestionariusz - 1. wersja B2B-A i 2. wersja „dla całej populacji” (wersja polska i niemiecka) • 1 raport z ankiety	• 1 raport z badania (taki sam kwestionariusz jak w roku 1)	• 1 raport z badania (taki sam kwestionariusz jak w roku 1) • 1 raport wpływu gospodarczego
Szacowany budżet	9.1 Ocena wyników		
	Ankieta CAWI - test wstępny - 14 400 EUR, Ankieta CAWI - test wstępny - DE + AT 23 400 EUR	Ankieta CAWI - badanie w połowie projektu - 14400 EUR PL, Ankieta CAWI – badanie w połowie projektu - DE + AT 23 400 EUR	Ankieta CAWI – po zakończeniu projektu - PL 14 400 EUR, Ankieta CAWI - po zakończeniu projektu - DE + AT 23 400 EUR, Raport - podsumowanie efektu końcowego - wynagrodzenie zewnętrznego i niezależnego analityka rynku: badanie danych, analiza, przygotowanie raportu końcowego 2470 EUR
	Opłata organu oceniającego - 8 dni * 800 EUR = 6400 EUR	Opłata organu oceniającego - 6 dni * 800 EUR = 4800 EUR	Opłata organu oceniającego - 6 dni * 800 EUR = 4800 EUR
Działanie 9.1 ogółem	44 200 EUR	42 600 EUR	45 070 EUR
	lub		
Pakiet roboczy 9 ogółem	EUR 44 200	42 600 EUR	EUR 45 070

Jest:

5. Szacunkowy harmonogram działań trzyletniego programu informacyjno - promocyjnego dotyczącego jabłek pt. **"Czas na jabłka z Europy" na Egipcie i Jordanii:**

Przeprowadzenie badań ewaluacyjnych to punkt 9 w poniższym harmonogramie.

Winno być:

5. Szacunkowy harmonogram działań trzyletniego programu informacyjno - edukacyjnego dotyczącego jabłek i owoców jagodowych pt. „Czas na zrównoważoną produkcję owoców” na rynkach Polski, Niemiec i Austrii.

Przeprowadzenie badań ewaluacyjnych to punkt 9 w poniższym harmonogramie.

Jest:

Harmonogram

Należy wypełnić komórki kolorem beżowym, aby wskazać okres realizacji każdego z pakietów roboczych. W razie potrzeby należy skopiować wiersze lub kolumny.

Uwaga: Numeracja miesięcy powinna odpowiadać ich kolejności w harmonogramie realizacji projektu. Nie należy stosować kalendarzowej numeracji miesięcy. Miesiąc 1 zawsze oznacza początek realizacji projektu.

[illegible]

Winno być:

Harmonogram																																			
Należy wypełnić komórki kolorem beżowym, aby wskazać okres realizacji każdego z pakietów roboczych. W razie potrzeby należy skopiować wiersze lub kolumny.																																			
Uwaga: Numeracja miesięcy powinna odpowiadać ich kolejności w harmonogramie realizacji projektu. Nie należy stosować kalendarzowej numeracji miesięcy. Miesiąc 1 zawsze oznacza początek realizacji projektu.																																			
PAKIET ROBOCZY	MIESIĄC																																		
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12	M 13	M 14	M 15	M 16	M 17	M 18	M 19	M 20	M 21	M 22	M 23	M 24	M 25	M 26	M 27	M 28	M 29	M 30	M 31	M 32	M 33	M 34	
PAKIET ROBOCZY 1																																			
PAKIET ROBOCZY 2																																			
PAKIET ROBOCZY 3																																			
PAKIET ROBOCZY 4																																			
PAKIET ROBOCZY 5																																			
PAKIET ROBOCZY 6							X			X								X												X			X		
PAKIET ROBOCZY 9																																			

Pozostałe zapisy nie ulegają zmianie.