

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego – Opis przedmiotu zamówienia

Dotyczy: „Przeprowadzenie badania ankietowego opinii publicznej w zakresie procesu przygotowania i przeprowadzenia działań promocyjnych i komunikacyjnych programów aktywności fizycznej realizowanych przez IS-PIB oraz oceny preferencji konsumentów wraz z opracowaniem wyników badań w postaci raportów.”

Metoda badania: Ankiety bezpośrednie

Termin realizacji badania (przekazania raportów końcowych): maksymalnie do 21 marca 2023 roku

Lokalizacja badania: województwa opolskie, pomorskie i lubelskie.

Badanie będzie zrealizowane metodą CAPI. Badanie ilościowe przeprowadzone zostanie na reprezentatywnej próbie:

- 1) dzieci w wieku 10-15 lat, uczniowie szkół podstawowych wraz z rodzicami – grupa minimum 500 dzieci i ich 500 rodziców, wymagane jest, aby zapewnić reprezentatywność otrzymanych wyników w podziale na podgrupy wiekowe: 10-12 lat i 13-15 lat;
- 2) nauczyciele szkół podstawowych – grupa minimum 500 osób

Podstawowe informacje o ankietowanych:

- płeć,
- wiek,
- miejsce zamieszkania,
- ilość członków gospodarstwa domowego,
- wykształcenie (tylko w przypadku rodziców i nauczycieli),
- zatrudnienie, (tylko w przypadku rodziców),
- dochody (tylko w przypadku rodziców i nauczycieli);

Badanie ma na celu ocenę sposobów oddziaływania komunikatów promocyjnych i edukacyjnych związanych z aktywnością fizyczną i zdrowym trybem życia oraz określenie najskuteczniejszych metod dotarcia tych komunikatów do poszczególnych grup docelowych, w szczególności:

- 1) określenie środków przekazu, z jakich korzystają grupy docelowe,
- 2) określenie środków przekazu, które przez grupy docelowe są oceniane, jako te, które mają lub mogą mieć wpływ na ich decyzje związane ze sferą aktywności fizycznej,
- 3) określenie sposobów budowania i przekazywania komunikatów promocyjnych i edukacyjnych związanych z aktywnością fizyczną i zdrowym trybem życia, w tym określenie skuteczności wykorzystania w działaniach promocyjnych:
 - a) autorytetów sportowych, idoli sportowych, influencerów, liderów opinii, postaci fikcyjnych;
 - b) warsztatów, campów sportowych;
 - c) wydarzeń sportowo rekreacyjnych.

oraz

- 4) określenie metod dotarcia do grup docelowych - spoty video, animacja, infografiki, inne.

Wykonawca podczas realizacji Badania zobowiązuje się do:

- 1) konsultacji metodologicznych z Zamawiającym;
- 2) przygotowania w uzgodnieniu z Zamawiającym kwestionariuszy badawczych, uzgodnienia screenera;
- 3) prowadzenia w trakcie badania kontroli:
 - a) doboru próby;
 - b) jakości pracy ankieterów;
 - c) realizacji badania;
- 4) weryfikacji, kodowania i wprowadzania danych,
- 5) dostarczenia Zamawiającemu w formie elektronicznej:
 - a) pełnego zestawu tabel (opracowanych w programie Excel), zawierających prezentację nieważonych liczebności oraz ważonych odsetek dla próby ogółem, jak też w przecięciach ze względu na wiek, płeć, wykształcenie, region, wielkość miejsca zamieszkania, liczbę osób w gospodarstwie, wiek dzieci w gospodarstwie oraz inne cechy uzgodnione z Zamawiającym;
- 6) dostarczenia Zamawiającemu w formie elektronicznej raportu analitycznego z wyników badania w formacie Word lub Power Point lub innym umożliwiającym edycję, w uzgodnionym z Zamawiającym zakresie, w szczególności obejmującego graficzną prezentację głównych wyników z badania, omówienie i analizę wyników dla próby ogółem oraz ze względu na wybrane zmienne społeczno-demograficzne, poddane analizie statystycznej, w tym analizie istotności statystycznej różnic oraz ewentualnie dodatkowe analizy zależności określone w ofercie Wykonawcy, podsumowania i wnioski;
- 7) dostarczenia zbiorów danych źródłowych (surowych), procentowych rozkładów odpowiedzi na pytania wraz z zaznaczeniem zróżnicowania, w zależności od cech społeczno-demograficznych respondentów.