

Znak postępowania: O.OZP.260.59.10.2022

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

**Realizacja badania jakościowego i ilościowego dotyczącego systemów znakowania żywności wartością odżywczą z przodu opakowania z uwzględnieniem zwyczajów zakupowych związanych z czytaniem etykiet oraz oznakowania żywności.**

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – PIB jest najstarszą instytucją zdrowia publicznego w Polsce. Po włączeniu w 2020 r. do NIZP PZH – PIB Instytutu Żywności i Żywienia, NIZP PZH – PIB ma w obszarze swojej działalności działania m.in. z zakresu żywienia, zapobiegania chorobom żywieniowo zależnym, wartości odżywczej żywności oraz znakowania żywności, w tym znakowania wartością odżywczą.

W ramach realizacji zadania Narodowego Programu Zdrowia Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – PIB będzie zlecał przeprowadzenie badań konsumenckich dotyczących systemów znakowania wartością odżywczą na froncie opakowania (Front-of-pack nutrition labelling – FOPNL), niezbadanych w poprzednich latach realizacji zadania (w 2017 r.) z uwzględnieniem zwyczajów zakupowych związanych z czytaniem etykiet oraz oznakowania żywności. Badanie będzie dotyczyło systemów NutriInform Battery oraz Nutri-Score. Wprawdzie system Nutri-Score został zbadany w ramach realizacji zadania NPZ w 2017 r., jednak system ten jest szczególnie dyskutowany, jako jeden z potencjalnych systemów obowiązkowych w UE. Ponadto w czasie realizacji badań systemów w 2017 r., system Nutri-Score był przedmiotem procesu notyfikacyjnego w UE na podstawie francuskiego *projektu rozporządzenia określającego dodatkową formę prezentowania informacji o wartości odżywczej, zalecaną przez państwo na mocy art. L. 3232-8 i R. 3232-7 kodeksu zdrowia publicznego* i nie był jeszcze stosowany w etykietowaniu produktów spożywczych, przez co nie był znany konsumentom. Obecnie oznaczenie Nutri-Score jest coraz powszechniej zamieszczane na etykietach produktów w różnych krajach, również w Polsce, co mogło wpłynąć na jego rozumienie i postrzeganie przez konsumentów.

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH - Państwowy Instytut Badawczy  
ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, Polska  
Tel: +48 22 54 21 400, +48 22 54 21 200  
[www.pzh.gov.pl](http://www.pzh.gov.pl), e-mail: [pzh@pzh.gov.pl](mailto:pzh@pzh.gov.pl)  
Regon: 000288461, NIP: 525-000-87-32

Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025,  
finansowane przez Ministra Zdrowia

Zakładanym rezultatem badania jest pozyskanie pogłębionej wiedzy dotyczącej rozumienia oznakowania żywności, potrzeb związanych z oznakowaniem żywności wśród osób dokonujących zakupów żywności w sklepach tradycyjnych i internetowych, poznanie odbioru, rozumienia i preferencji w stosunku do istniejących systemów znakowania żywności: NutriInform Battery i Nutri-Score.

Wyniki przedmiotowych badań będą stanowić źródło wiedzy na temat postrzegania i rozumienia przez polskich konsumentów informacji o wartości odżywczej z przodu opakowania, co może być pomocne w ramach toczących się obecnie unijnych prac dotyczących ustanowienia zharmonizowanego systemu oznaczania wartości odżywczej z przodu opakowania. Pozwolą również na uzyskanie informacji na temat znaczenia i wpływu etykietowania żywności na zachowania żywieniowe konsumentów, ich zwyczajów zakupowych związanych z czytaniem etykiet, również w czasie zakupów internetowych. Uwzględniając wyniki badania przeprowadzonego w 2017 r., możliwe będzie poznanie zmian w zwyczajach zakupowych, odnośnie m.in. miejsca dokonywania zakupów oraz poświęcanego na zakupy czasu. Wyniki tych badań, jako cenne źródło informacji, będą mogły zostać wykorzystane przy opracowywaniu programów edukacyjnych i promocji zdrowia, ukierunkowanych na poprawę zachowań żywieniowych konsumentów. Edukacja społeczeństwa, w tym zakresie, będzie miała szczególne znaczenie dla prawidłowego rozumienia i stosowania w praktyce systemów znakowania wartością odżywczą na froncie opakowania, co w konsekwencji ma pomóc konsumentom w dokonywaniu zdrowych i zrównoważonych wyborów żywieniowych. Wyniki badania zostaną też wykorzystane w publikacjach, w tym dotyczących oceny zachowań konsumenckich oraz w celu stałej działalności badawczej związanej z różnymi aspektami znakowania żywności i jego rozumieniem przez konsumentów.

### **Kontekst i istniejące przykłady systemów znakowania żywności w Europie**

Od dnia 13 grudnia 2016 r. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylecia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 wprowadziło obowiązek podawania informacji o wartości

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH - Państwowy Instytut Badawczy  
ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, Polska  
Tel: +48 22 54 21 400, +48 22 54 21 200  
[www.pzh.gov.pl](http://www.pzh.gov.pl), e-mail: [pzh@pzh.gov.pl](mailto:pzh@pzh.gov.pl)  
Regon: 000288461, NIP: 525-000-87-32

Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025,  
finansowane przez Ministra Zdrowia

odżywczej w etykietowaniu produktów spożywczych. Zgodnie z art. 30 ust. 1 obowiązkowa informacja o wartości odżywczej obejmuje następujące elementy: wartość energetyczną oraz ilość tłuszczu, kwasów tłuszczowych nasyconych, węglowodanów, cukrów, białka i soli. Dodatkowo można podać zawartość: kwasów tłuszczowych jednonienasyconych, kwasów tłuszczowych wielonienasyconych, alkoholi wielowodorotlenowych, skrobi, błonnika oraz witamin i składników mineralnych wymienionych w załączniku XIII i obecnych w znaczącej ilości. Wartość energetyczną i ilość składników odżywczych wyraża się w przeliczeniu na 100 g lub 100 ml produktu (art. 32 ust. 2). Informacje obowiązkowe, określa się słownie i liczbowo. Bez uszczerbku dla art. 35 dane te można dodatkowo wyrazić za pomocą piktogramów lub symboli (art. 9 ust. 2).

Rozporządzenie (UE) 1169/2011 w art. 35 dopuszcza dodatkowe formy wyrażania i prezentacji informacji o wartości odżywczej. Wartość energetyczna i ilość ww. składników odżywczych, może być podana za pomocą innych form wyrażania lub prezentowania z zastosowaniem – oprócz słów i liczb – form graficznych lub symboli, pod warunkiem, że zostaną spełnione następujące wymogi:

- a) opierają się one na rzetelnych, naukowo uzasadnionych badaniach konsumenckich i nie wprowadzają konsumenta w błąd;
- b) ich opracowanie jest wynikiem konsultacji z szerokim spektrum zainteresowanych grup;
- c) mają na celu ułatwienie konsumentowi zrozumienia znaczenia danej żywności dla zawartości energii i składników odżywczych w diecie;
- d) są one wsparte naukowo uzasadnionymi dowodami zrozumienia takich form wyrażania lub prezentacji informacji przez przeciętnego konsumenta;
- e) w przypadku innych form wyrażania informacji są one oparte albo na zharmonizowanych referencyjnych wartościach spożycia określonych w załączniku XIII, albo – w przypadku ich braku – na ogólnie przyjętych zaleceniach naukowych dotyczących spożycia energii lub składników odżywczych;
- f) są one obiektywne i niedyskryminacyjne; oraz
- g) ich stosowanie nie stwarza przeszkód dla swobodnego przepływu towarów.

W myśl art. 35 ust. 2 państwa członkowskie mogą zalecać podmiotom działającym na rynku spożywczym stosowanie jednej lub większej liczby dodatkowych form wyrażania lub prezentacji informacji o wartości odżywczej.

Ponadto rozporządzenie (UE) nr 1169/2011 dopuszcza podawanie w etykietowaniu produktów spożywczych dobrowolnych informacji na temat żywności (art. 36), pod warunkiem spełnienia następujących wymogów:

- a) nie mogą wprowadzać konsumenta w błąd;
- b) nie mogą być niejednoznaczne ani dezinformować konsumenta; oraz
- c) muszą być, w stosownych przypadkach oparte na odpowiednich danych naukowych.

Na mocy powyższych przepisów, niektóre kraje unijne opracowały systemy znakowania żywności z przodu opakowania (FOPNL). Wśród tych systemów znajduje się m.in. opracowany we Francji system Nutri-Score oraz opracowany we Włoszech system NutriInform Battery. Oznakowanie produktów spożywczych dodatkowymi systemami ma być prostym i wiarygodnym narzędziem przeznaczonym dla konsumenta. Ma mu ułatwić wybór bardziej wartościowych produktów, pomóc wyrobić właściwe nawyki żywieniowe a w efekcie wpłynąć na jego lepsze zdrowie.

Warto zaznaczyć, że w maju 2020 r. Komisja Europejska opublikowała *Sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie stosowania dodatkowych form wyrażania i prezentacji informacji o wartości odżywczej* (Bruksela, COM(2020) 207 final). W sprawozdaniu KE stwierdziła m.in. że „*Niezależnie od szeroko zakrojonych badań oraz dowodów na to, że systemy oznaczania wartości odżywczych na przodzie opakowania przyczyniają się do wzrostu poziomu zrozumienia informacji o wartościach odżywczych, badania, za pomocą których faktycznie ocenia się, czy etykiety na przodzie opakowania mają wpływ na decyzje nabywcze konsumentów dotyczące żywności, są dużo rzadsze.*” Ponadto, jednym z wniosków zawartych w sprawozdaniu jest to, że właściwe wydaje się wprowadzenie jednego, zharmonizowanego na poziomie UE, obowiązkowego oznaczania wartości odżywczej z przodu opakowania. W sprawozdaniu KE nie wskazano jednak żadnego konkretnego systemu, który mógłby pełnić taką rolę. Dlatego, w celu wzmocnienia pozycji konsumentów, aby mogli oni dokonywać świadomych, zdrowych i zrównoważonych wyborów żywieniowych, w Unii Europejskiej podjęto prace nad harmonizacją etykietowania dotyczącego wartości odżywczej na przodzie opakowania (FOPNL), w pełni

uwzględniając skutki dla jednolitego rynku. Przeprowadzenie badań wśród polskich konsumentów, dotyczących systemów niezbadanych w poprzednich latach realizacji zadania (w 2017 r.) będzie stanowiło cenne źródło wiedzy, która może zostać wykorzystana do opracowywania polskich stanowisk prezentowanych na międzynarodowej arenie, w ramach prac nad unijnym systemem znakowania żywności na przodzie opakowania.

### **Wiedza, którą posiadamy:**

Instytut Żywności i Żywienia w ramach realizacji Programu Szwajcarsko-Polskiej Współpracy KIK/34 „Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej” przeprowadził badanie konsumenckie, którego jednym z elementów było badanie zwyczajów żywieniowych i zakupowych, czytanie etykiet. Badanie przeprowadzono w 2016 r. Wykazało ono, że konsumenci w większości robią zakupy schematycznie i często w pośpiechu. Zazwyczaj nie czytają etykiet produktów, które kupują. Konsumenci opierają się w swoich wyborach głównie na przedniej etykiecie. Głównym wyznacznikiem jakości i zdrowego charakteru produktu jest dla badanych skład. Obecność sztucznych, chemicznych składników, ich ilość oraz główny składnik (%), miejsce na liście) stanowią prosty i szybki wyznacznik jakości i zdrowego charakteru produktów. Tabela wartości odżywczych nie jest brana przez badanych pod uwagę przy wyborze produktów.

W 2017 r. w ramach realizacji NPZ Instytut Żywności i Żywienia przeprowadził badanie, którego celem było poznanie i zrozumienie zwyczajów konsumentów związanych z czytaniem etykiet i oznakowaniem żywności. W ramach badania poddano ocenie przez polskich konsumentów pięć systemów FOPNL, w tym m.in. system Nutri-Score. Z ww. badania wynika, że konsumenci byli bardzo zróżnicowani pod względem zainteresowania informacjami zawartymi na etykietach produktów spożywczych. Niektórzy konsumenci nie zwracali uwagi na etykiety, kupowali wyłącznie to, co lubią, do czego są przyzwyczajeni. Największą grupę konsumentów stanowiły jednak osoby, które sprawdzają wybrane informacje na opakowaniach produktów spożywczych (najczęściej datę ważności, gramaturę i/lub skład). Na tył opakowania, przynajmniej czasami, zaglądała 1/3 kupujących – najczęściej w celu sprawdzenia składu lub daty ważności produktu. Niewielka ilość konsumentów kierowała się w wyborze produktu tabelą wartości odżywczej. Część konsumentów nie potrafiła jej zrozumieć, zinterpretować. W trakcie zakupów na tabelę zwracali

uwagę nieliczni. Natomiast 37% badanych przyznało, że nigdy nie zwraca na nią uwagi. Jednocześnie, badanie pokazało, że ogólnie koncepcja wprowadzenia znakowania informującego o wartości odżywczej na froncie opakowań produktów spożywczych była pozytywnie przyjmowana, ponieważ jest ono dużo bardziej zachęcające i czytelne dla konsumentów niż korzystanie z tabeli.

### **Planowane dalsze działania**

Przeprowadzenie w 2022 r. badania konsumenckiego systemów FOPNL: systemu NutrInform Battery (niezbadany w 2017 r.) oraz systemu Nutri-Score, z uwzględnieniem kwestii badanych w 2017 r.

Badanie składa się z dwóch etapów.

Etap I – przeprowadzenie badania konsumenckiego jakościowego, które pozwoli na pogłębione zrozumienie postaw konsumentów oraz posłuży do dopracowania narzędzi do realizacji badania ilościowego.

Etap II – przeprowadzenie badania konsumenckiego ilościowego, które pozwoli na skwantyfikowanie otrzymanych w części jakościowej wyników.

Wyniki badania zrealizowanego w ramach tego zadania Narodowego Programu Zdrowia (NPZ) będą stanowiły źródło informacji i danych do stosownego wykorzystania w pracach w zakresie planowanych zmian dotyczących znakowania żywności w UE oraz odpowiednich działań w kraju, mających pomóc konsumentom w decyzjach zakupowych oraz stosowaniu zdrowych i zrównoważonych sposobów odżywiania.

### **Celem badania jest:**

1. Pozyskanie pogłębionej wiedzy dotyczącej:

- rozumienia oznakowania żywności,
- potrzeb związanych z oznakowaniem żywności, w szczególności w zakresie wartości odżywczej

wśród osób dokonujących zakupów żywności w sklepach tradycyjnych i internetowych.

2. Poznanie odbioru, rozumienia i preferencji w stosunku do systemów znakowania żywności: systemu NutrInform Battery i Nutri-Score.

**Przedmiot zamówienia:**

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie badania jakościowego i ilościowego dotyczącego systemów: NutrInform Battery oraz Nutri-Score, w kontekście zwyczajów w robieniu zakupów, w tym czytania i rozumienia etykiet:

**Zamówienie obejmuje:**

Etap 1: Badanie jakościowe

1. Opracowanie planu badania jakościowego.
2. Opracowanie scenariusza badań uwzględniającego aktualne trendy związane z zachowaniami konsumenckimi oraz oceną znakowania produktów i przedstawienie rekomendacji dla realizacji 9 FGI online w przynajmniej 8 województwach, których zasięg geograficzny oraz dobór uczestników pozwoli wyciągnąć precyzyjne wnioski dla jak największego zakresu respondentów, z uwzględnieniem wyników badania jakościowego (Zogniskowane Wywiady Grupowe – FGI) zrealizowanego w ramach projektu NPZ 3.1.5 (w latach 2017-2018).
3. Rekrutacja respondentów
4. Realizacja 9 zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) online na podstawie założeń opracowanych w pkt. 1 i 2, zaakceptowanych przez Zamawiającego.
5. Przedstawienie efektów badania oraz wniosków, które pozwolą dostosować kwestionariusz badania ilościowego do aktualnej sytuacji społecznej, ekonomicznej, żywieniowej, etc.
6. Opracowanie raportu z badania jakościowego.
7. Dostarczenie zamawiającemu zapisu wideo ze zrealizowanych FGI.

Zakres badań obejmuje wszystkie kluczowe grupy docelowe wymienione w OPZ. Grupy FGI muszą być 6-8 osobowe. Czas trwania jednej grupy - 2 godziny.



Analiza wyników ma mieć charakter jakościowy – opisujący sposób myślenia respondentów – oraz posłużyć do dostosowania kwestionariusza badania ilościowego do zakresu badania, bieżącej sytuacji oraz potrzeb Zamawiającego.

## Etap 2: Badanie ilościowe

1. Opracowanie planu badania ilościowego.
2. Przygotowanie kwestionariusza badania w oparciu o kwestionariusz badania zrealizowanego w ramach projektu NPZ 3.1.5 w latach 2017-2018 (Badanie ankietowe wspierane komputerowo – CAPI), oraz w oparciu o wnioski z badania jakościowego (etap 1), a także uwzględniając aktualne trendy związane z zachowaniami konsumenckimi, oraz informacje przedstawione przez zamawiającego.
3. Rekrutacja respondentów.
4. Realizacja badania ilościowego z zastosowaniem metody Wywiadu wspomaganego komputerowo przy pomocy strony www (CAWI) na reprezentatywnej grupie 1000 respondentów z 16 województw, w tym w szczególności przygotowanie systemu badawczego, wprowadzenie kwestionariusza do systemu badawczego, proces badawczy, nadzór nad realizacją, opracowanie wniosków. Realizacja badania na podstawie założeń opracowanych pkt 1 i 2, zaakceptowanych przez Zamawiającego.
5. Opracowanie raportu z badania ilościowego.
6. Dostarczenie danych w formacie CSV, SPSS, xlsx, zarówno zbiorczych jak i z podziałem na poszczególnych respondentów i książki kodów.

Zapewnienie porównywalności między aktualnym badaniem oraz badaniem realizowanym w ramach zadania NPZ 3.1.5, biorąc pod uwagę uwspółcześnienie kwestionariusza oraz zmianę metodologii z CAPI na CAWI.

Parametry socjo-ekonomiczne próby oraz finalny kwestionariusz (w tym zastosowane skale i rodzaje pytań) zostaną opracowane na podstawie wniosków z badania ilościowego jakościowego i uzgodnień z wykonawcą na bazie jego rekomendacji.



Grupa docelowa badania:

Grupą docelową są osoby dokonujące zakupów produktów spożywczych w sklepach stacjonarnych i przez Internet, w wieku od 15 do 75 r.ż.

**Etap I – badania jakościowe metodą Zogniskowanych Wywiadów Grupowych online (Focus Group Interview, w skrócie FGI)**

zostanie przeprowadzonych minimum 9 wywiadów online w przynajmniej 8 województwach.

Do udziału w wywiadach będą zaproszone osoby spełniające następujące kryteria:

- kobiety i mężczyźni;
- w wieku 15-75;
- z dużych, średnich, małych miast oraz ze wsi; z co najmniej 8 województw (rekomendowane województwa: Mazowieckie, Podlaskie, Lubelskie, Wielkopolskie, Małopolskie, Pomorskie, Świętokrzyskie, Warmińsko-Mazurskie);
- osoby o zróżnicowanej sytuacji życiowej (osoby samotne, w związkach, z dziećmi w różnym wieku; o zróżnicowanym dochodzie i wykształceniu) i zdrowotnej (zarówno osoby zdrowe, jak i ze zdiagnozowanymi chorobami i problemami zdrowotnymi);
- osoby kupujące produkty spożywcze przynajmniej od czasu do czasu (z różną częstotliwością od np. nastolatków kupujących żywność na własne potrzeby np. przekąski, napoje gazowane do osób dokonujących zakupów regularnie, decydujących zakupach dla rodziny);
- osoby dokonujące zakupów w sklepach “stacjonarnych” oraz przez Internet;

Badani zostaną przydzieleni do grup na podstawie kryteriów demograficznych: wieku i wielkości miejscowości zamieszkania. Grupy będą miały skład mieszany pod względem doboru płci respondentów (w każdej grupie znajdą się kobiety i mężczyźni, proporcje – w przybliżeniu 50/50). W każdej grupie znajdą się osoby, które dokonują zakupów żywności przez Internet. Zrealizowane zostanie minimum 9 FGI, według poniższego schematu:

**Etap II – w drugim etapie realizacji zadania zostanie przeprowadzone badanie metodą ilościową.**

Założenia:

1000 wywiadów metodą wywiadów bezpośrednich przy użyciu komputera (CAWI – Computer Assisted Web Interview).

Dobór próby: metoda losowo-kwotowa

Badanie będzie realizowane na ogólnopolskiej (wszystkie 16 województw), reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski. Wyniki badania ilościowego powinny dać możliwość przeprowadzenia analiz w podziale, m.in. na:

- konsumentów, którzy dokonują zakupów spożywczych w sklepach stacjonarnych oraz konsumentów, którzy dokonują zakupów spożywczych w sklepach internetowych (W 2017 roku 1/3 internautów deklaruwała, że zdarzyło im się kupić żywność online<sup>1</sup>. Z kolei zgodnie z wynikami badania „E-commerce w Polsce” udostępnionymi w 2021 r. przez instytut Gemius, ponad 77% Polaków dokonało przynajmniej raz zakupów online, zaś niekupujący online stanowią obecnie 23% ogółu internautów<sup>2</sup>. Jednocześnie z najnowszego badania CBRE wynika, że 57 proc. Polaków, mimo pandemii, wciąż nie przekonała się do sklepów spożywczych online i żywność kupuje tylko stacjonarnie<sup>3</sup>. Na wzmocnienie trendu zakupów w sieci wpłynęła epidemia Covid-19, więc w badaniu zapewniona zostanie odpowiednia liczba takich konsumentów do prezentacji danych na tej grupie);
- płeć konsumentów;
- wiek;
- wykształcenie;
- wielkość miejscowości zamieszkania;
- częstotliwość robienia zakupów;
- podejście do odżywiania się;
- dochód na członka rodziny.

---

<sup>1</sup> Raport Portfel Polaka, lipiec 2017

<sup>2</sup> <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2021.html>

<sup>3</sup> <https://pieniadze.rp.pl/madre-wydatki/art19007671-coraz-wiecej-polakow-zakupy-jedzenia-robi-w-internecie>

Kryteria rekrutacji jak i metoda badania muszą zostać dobrane w taki sposób, żeby zapewnić reprezentatywność badanej grupy, w tym reprezentatywność ze względu na podstawowe cechy społeczno-demograficzne (wiek, płeć, miejsce zamieszkania, wykształcenie, dochody) w odniesieniu do społeczeństwa polskiego.

### **Informacje dodatkowe:**

#### **1. Raporty**

Wykonawca zobowiązuje się do opracowania raportów z każdego z etapów badań. Każdy z raportów powinien opisywać wyniki przeprowadzonego badania i udzielać wyczerpującej odpowiedzi na wszystkie postawione pytania ewaluacyjne. Raport powinien być opracowany w języku polskim (streszczenie raportu również w języku angielskim) i mieć następującą strukturę:

- 1) streszczenie raportu;
- 2) spis treści;
- 3) wprowadzenie (opis przedmiotu badania, głównych założeń i celów badania, opis okoliczności towarzyszących badaniu);
- 4) opis zastosowanej metodologii oraz źródła informacji wykorzystanych w badaniu;
- 5) opis wyników badania (prezentacja pytań badawczych, analiza i interpretacja danych oraz prezentacja wyników);
- 6) wnioski;
- 7) aneksy (opis użytych danych, wykorzystanych źródeł itp.) wraz z pełną dokumentacją badawczą z badań odpowiednio ilościowych i jakościowych.

Raport przekazany zostanie Zamawiającemu w formie elektronicznej (płyta CD/DVD lub pendrive, format doc. oraz .pdf) i drukowanej (3 egzemplarze w kolorze, druk jednostronny) wraz z danymi surowymi oraz książką kodową w przypadku badania ilościowego.

2. Wykonawca zobowiązany jest podczas rekrutacji osób badanych uwzględnić potencjalną rezygnację uczestników z udziału w badaniu na każdym jego etapie i podjąć odpowiednie środki zaradcze tak, aby zachować reprezentatywność badanej grupy.
3. Wykonawca zobowiązuje się w przypadku przetwarzania danych osobowych i prowadzenia bazy danych zgłoszenia tego faktu do Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych (GIODO).

#### Ogólne warunki współpracy w związku z realizacją badania:

1. Finalna specyfikacja techniczna konstrukcji pytań kwestionariuszowych powinna zostać wypracowana na podstawie bazowego kwestionariusza wykorzystanego w badaniu w latach 2017-2018, wniosków z badania ilościowego oraz w toku konsultacji z Zamawiającym.
2. W dniu podpisania umowy Zamawiający przekaze Wykonawcy raporty z badania ilościowego i jakościowego, które zostały zrealizowane w ramach NPZ 3.1.5 w latach 2017-2018.
3. **W terminie do 2 dni roboczych** od podpisania umowy Wykonawca przedstawi Zamawiającemu całościowy harmonogram badania (etap 1 i etap 2).
4. Harmonogram badania (etap 1 i etap 2) będzie zawierał szczegółowe terminy rozpoczęcia i zakończenia realizacji poszczególnych czynności, jakie Wykonawca będzie podejmował w ramach realizacji przedmiotu zamówienia z uwzględnieniem terminu wykonania usługi określonego w umowie. Harmonogram będzie także uwzględniał czas niezbędny dla Zamawiającego na wnoszenie uwag lub zastrzeżeń do treści lub formy raportu oraz do pozostałych dokumentów składanych mu przez Wykonawcę, jak również czas konieczny do uwzględnienia tych uwag lub zastrzeżeń przez Wykonawcę.
5. **W terminie do 2 dni roboczych** od akceptacji przez Zamawiającego harmonogramu badania, Wykonawca przedstawi scenariusz badania jakościowego. Wykonawca przedstawi również plan realizacji badania jakościowego oraz informację o terminie: opracowania wstępnych wniosków, ew. propozycji zmian w kwestionariuszu badania ilościowego i finalnego raportu z badania jakościowego.
6. **W terminie do 5 dni roboczych** od akceptacji scenariusza badania jakościowego oraz planu realizacji badania Wykonawca zrealizuje proces badawczy.

7. **W terminie do 3 dni roboczych** od akceptacji przez Zamawiającego kwestionariusza badania ankietowego Wykonawca przedstawi elektroniczną wersję testową kwestionariusza do akceptacji przez Zamawiającego.
8. **W terminie do 21 dni**, po zaakceptowaniu przez Zamawiającego elektronicznej wersji kwestionariusza badania ankietowego, Wykonawca przeprowadzi badanie i przedstawi Raport z realizacji badania, a także prześle Zamawiającemu jednostkowy bazę surowych danych – ankiety (zbiór danych z przeprowadzonych ankiet) wraz z prostymi rozkładami zmiennych.
9. Przekazywane zbiory danych będą w formacie CSV, SPSS, xlsx.
10. Wykonawca dostosuje kodowanie do baz danych z badania NPZ 3.1.5 z lat 2017-2018, aby umożliwić porównywanie wyników.
11. Zamawiający będzie na bieżąco informowany o przebiegu badania oraz może wysłać obserwatorów podczas szkoleń prowadzących FGI oraz w trakcie badania.

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH - Państwowy Instytut Badawczy  
ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, Polska  
Tel: +48 22 54 21 400, +48 22 54 21 200  
**[www.pzh.gov.pl](http://www.pzh.gov.pl), e-mail: [pzh@pzh.gov.pl](mailto:pzh@pzh.gov.pl)**  
Regon: 000288461, NIP: 525-000-87-32

Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025,  
finansowane przez Ministra Zdrowia