**Załącznik nr 1D do swz/ Załącznik nr 1 do umowy**

**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (SOPZ)**

# Wstęp

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie jakościowych badań opinii publicznej (badanie fokusowe), w zakresie analizy i oceny skuteczności działań informacyjno-edukacyjnych dotyczących budowania świadomości społecznej w zakresie ochrony powietrza. Celem zamówienia jest opracowanie rekomendacji do przygotowania kolejnych odsłon regionalnej kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu „Wsparcie transformacji energetycznej gmin województwa małopolskiego” aby zapewnić ich największą skuteczność.
2. Przedmiot zamówienia jest współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego – projekt nr FEMP.02.05-IZ.00-0264/24 „Wsparcie transformacji energetycznej gmin województwa małopolskiego” w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027.
3. Wykonawca zobowiązany jest do stosowania – w trakcie badań i w powstałej dokumentacji – informacji o źródłach finansowania zadania oraz logotypów przekazanych przez Zamawiającego po zawarciu umowy.
4. Do obowiązków Wykonawcy należy:
5. przygotowanie scenariusza badań, w tym pytań do respondentów (kwestionariusz podlega akceptacji Zamawiającego),
6. wyłonienie grupy respondentów,
7. zaproszenie respondentów do udziału w badaniu,
8. organizacja spotkań, w tym zapewnienie moderatora oraz sali, w której będą prowadzone badania lub platformy online,
9. opracowanie wyników badań w formie raportu syntetycznego,
10. sporządzenie rekomendacji do przygotowania kolejnych odsłon kampanii.

# Cel badania

1. Głównym celem badania ewaluacyjnego jest opracowanie rekomendacji, które pomogą w tworzeniu kolejnych odsłon regionalnej kampanii informacyjno-edukacyjnej w projekcie „Wsparcie transformacji energetycznej gmin województwa małopolskiego” aby były jak najbardziej skuteczne.
2. Cele szczegółowe:
3. analiza i ocena adekwatności doboru narzędzi (nośników) komunikacji i działań informacyjno-edukacyjnych wobec społeczeństwa oraz wskazanie tych najbardziej skutecznych w zależności od grup docelowych,
4. ocena efektywności ścieżek dotarcia do grup docelowych z komunikatem informacyjno- edukacyjnym,
5. ocena zrozumiałości, atrakcyjności i adekwatności treści przekazu,
6. sformułowanie rekomendacji dotyczących działań i narzędzi w kolejnych odsłonach regionalnej kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach projektu nr FEMP.02.05-IZ.00-0264/24.

# Zagadnienia badawcze

1. Wykonawca poruszy co najmniej następujące zagadnienia badawcze:
2. analiza i ocena zastosowanych narzędzi komunikacyjnych i kanałów dystrybucji pod kątem skuteczności dotarcia do grup docelowych,
3. analiza świadomości społecznej w zakresie ochrony powietrza, transformacji energetycznej, bezpieczeństwa energetycznego oraz wpływu tych kwestii na jakość życia Małopolan,
4. ocena stopnia spełnienia oczekiwań grup docelowych wobec działań informacyjno-edukacyjnych wraz z ewentualnym wskazaniem kierunków zmian proponowanych przez te grupy,
5. analiza dotarcia działań edukacyjno-informacyjnych do odbiorców w różnych częściach Małopolski, np. w małych miastach i na wsiach,
6. ocena widoczności poszczególnych nośników kampanii (plakaty, artykuły w prasie, spoty radiowe itp.) oraz identyfikacja braków,
7. ocena, czy materiały informacyjne prezentują treści w sposób prosty, przejrzysty i zrozumiały oraz przyczyniają się do podnoszenia wiedzy grup docelowych,
8. ocena wpływu działań na postawy i zachowania społeczne,
9. Lista zagadnień ma charakter otwarty – Wykonawca może zaproponować dodatkowe tematy ważne dla realizacji celów badania.
10. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania pytań badawczych i ich skonsultowania z Zamawiającym.

# Kryteria ewaluacyjne

1. Trafność – rozumiana jako stopień, w jakim realizowane działania, akcje, wykorzystywane narzędzia są zgodne z potrzebami odbiorców.
2. Skuteczność – rozumiana jako ocena, w jakim stopniu realizowane działania przekładają się na osiągnięcie założonych celów.
3. Celowość – rozumiana jako zasadność wykorzystania narzędzi komunikacji w zależności od celów wobec poszczególnych grup odbiorców.
4. Kompleksowość – rozumiana jako możliwość wykorzystania dostępnych narzędzi komunikacyjnych i promocyjnych.

# Metodologia badania

1. W celu uzyskania odpowiedzi na postawione zagadnienia badawcze i opracowaną do nich listę pytań, Wykonawca zastosuje minimum następujące techniki badawcze:
2. analiza danych zastanych – obejmująca działania informacyjno-edukacyjne podejmowane w ostatnich 4 latach przez jednostki samorządu terytorialnego (gminy, powiaty, samorząd województwa), organizacje pozarządowe, itp. w zakresie budowania świadomości społecznej dotyczącej ochrony powietrza, transformacji energetycznej. Analiza powinna uwzględniać wykorzystane kanały komunikacji, intensywności prowadzonych działań, jakość i przejrzystość materiałów (reklama outdoorowa, reklama w prasie i Internecie, spoty radiowe, strona internetowa, media społecznościowe). Należy wykorzystać również dane statystyczne i wyniki innych badań ewaluacyjnych w tym zakresie.

* Projekt zintegrowany LIFE „Wdrażanie Programu ochrony powietrza dla województwa małopolskiego – Małopolska w zdrowej atmosferze”
* LIFE-IP EKOMAŁOPOLSKA „Wdrażanie Regionalnego Planu Działań dla Klimatu i Energii dla województwa małopolskiego”
* Fundusze Europejski dla Małopolski 2021-2027 w zakresie działań dotyczących ochrony powietrza i transformacji energetycznej
* Strategia komunikacji Funduszy Europejskich dla Małopolski na lata 2021-2027

1. badanie techniką wywiadów grupowych
2. Wykonawca przeprowadzi badanie techniką grup fokusowych wśród respondentów z obszaru Małopolski. W każdej z poniższych kategorii respondentów należy przebadać minimum 15 osób, zorganizowanych w 2 grupach fokusowych. Minimalna liczba wywiadów grupowych wyniesie 11.
3. Przedstawiciele władz lokalnych, w tym włodarze gmin, na obszarze których przyjęta została lokalna uchwała antysmogowa,
4. Ekodoradcy,
5. Nauczyciele/ dyrektorzy jednostek edukacyjnych,
6. Przedsiębiorcy,
7. Dzieci i młodzież (do 18 roku życia),
8. Studenci (19 – 26 r. ż),
9. Dorośli (26 – 50 r. ż.),
10. Dorośli i starsi (powyżej 50 r. ż.),
11. Kobiety,
12. Mężczyźni,
13. Mieszkańcy wsi,
14. Mieszkańcy miasta pow. 100 tys. mieszkańców,
15. Mieszkańcy miasta 20-100 tys. mieszkańców,
16. Mieszkańcy miasta poniżej 20 tys. mieszkańców.
17. Jedna osoba może pełnić kilka ról (np. kobieta – 26-50 lat – nauczycielka).
18. Raport końcowy musi uwzględniać opinie oraz preferencje każdej z wymienionych kategorii respondentów.
19. Rozmowy z respondentami powinny być prowadzone z wykorzystaniem techniki badań fokusowych, a w uzasadnionych przypadkach – indywidualnych wywiadów pogłębionych. Czas trwania jednej rozmowy od 40 do 60 minut.

# Finalny produkt realizacji badania

1. Raport końcowy, który poprzedzony zostanie przekazaniem projektu raportu, i do którego Zamawiający będzie zgłaszał ewentualne uwagi, powinien zawierać:

* streszczenie raportu, zawierające m.in. krótką charakterystykę najważniejszych wniosków płynących z badania i zaproponowane przez Wykonawcę najważniejsze rekomendacje (max. 2 strony),
* krótki opis podejścia metodologicznego zastosowanego do przygotowania i realizacji badania ewaluacyjnego będącego przedmiotem zamówienia,
* opis wyników analiz w zakresie badania i wypływających z nich konkretnych wniosków,
* przejrzystą i czytelną formę rekomendacji (zestawienie tabelaryczne). Rekomendacje muszą być sformułowane konkretnie i szczegółowo oraz dotykać kwestii związanych bezpośrednio z tematyką badania, jak i rozwiązań służących zwiększeniu skuteczności planowanych do realizacji kampanii,
* wykaz skrótów, spis tabel i rysunków,
* bibliografię, w tym zestawienie źródeł, baz danych, raportów używanych w analizach.

1. Raport końcowy przekazany zostanie w formie elektronicznej, w formacie PDF, na wskazany przez Zamawiającego adres e-mail.
2. Zamawiający oczekuje, aby dostarczony przez Wykonawcę raport był zgodny z ogólnie przyjętymi zasadami redakcji tekstu oraz Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027, określone w załączniku nr 2 do Wytycznych dotyczących zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027, wydanych przez Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej.

# Harmonogram realizacji badania

1. Czas realizacji zamówienia: do …………….dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy, (zgodnie z ofertą Wykonawcy).
2. W celu przygotowania realizacji badania, do 2 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy zorganizowane zostanie spotkanie robocze (stacjonarne lub w formule on-line). Wykonawca zobowiązany jest do udziału w spotkaniu.
3. Wykonawca w terminie do 21 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy przygotuje ostateczną wersję scenariusza badań i pytań do respondentów. Zamawiający zgłosi ewentualne uwagi w terminie do 5 dni roboczych od otrzymania projektu scenariusza i pytań. Wszelkie poprawki muszą zostać naniesione przez Wykonawcę przed upływem 21 dni od dnia zawarcia umowy.
4. Wyłonienie grupy respondentów, zaproszenie do udziału w badaniu, organizacja spotkań, przeprowadzenie badania, opracowanie i przesłanie projektu raportu końcowego z wyników badań – do ……………. dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy,

*W przypadku wskazania w ofercie krótszego terminu na wykonanie całości zamówienia to termin wskazany w pkt.4 wynosi:*

*70 dni przy 110 dniach na realizacje całości zamówienia,*

*75 dni przy wskazaniu od 111 -120 dni na realizacje całości zamówienia,*

*80 dni przy wskazaniu od 121 -130 dni na realizacje całości zamówienia,*

*85 dni przy wskazaniu od 131 -140 dni na realizacje całości zamówienia,*

*90 dni przy wskazaniu od 141 -150 dni na realizacje całości zamówienia.*

1. Nie później niż dwa tygodnie przed terminem wskazanym w ust. 1 odbędzie się spotkanie (stacjonarne lub on-line) z Wykonawcą w celu konsultacji zaproponowanych w raporcie rekomendacji.
2. Opracowanie raportu końcowego wraz z rekomendacjami, uwzględniającego wszystkie ewentualne uwagi zgłoszone przez Zamawiającego – w terminie wskazanym w ust. 1.