

ZAŁĄCZNIK NR 1 do ZAPROSZENIA DO ZŁOŻENIA OFERTY

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia na przeprowadzenie badania i opracowanie raportu „Handel zagraniczny oraz bezpośrednie inwestycje zagraniczne w województwie podkarpackim w latach 2013-2019”

- I. Kontekst i uzasadnienie realizacji badania
- II. Cele badawcze
- III. Zakres badania
- IV. Metodologia i sposób realizacji badania
- V. Sposób prezentacji wyników badania
- VI. Harmonogram realizacji badania
- VII. Dodatkowe Informacje

I. Kontekst i uzasadnienie realizacji badania

Jednym z czynników decydujących o poziomie rozwoju gospodarczego danego państwa jest poziom rozwoju handlu zagranicznego i bezpośrednie inwestycje zagraniczne na szczeblu lokalnym i regionalnym. Handel zagraniczny, międzynarodowy, to wymiana i przemieszczanie się towarów i usług za granice danego państwa, czyli ich **eksport i import**. Pod pojęciem handlu zagranicznego rozumie się również wszelkiego rodzaju działalność mającą na celu utrzymanie korzystnych stosunków gospodarczych z zagranicą.

Rozwój i funkcjonowanie handlu zagranicznego ma zasadniczy wpływ na poziom życia w danym regionie. Dzięki niemu i stałej wymianie surowców, kruszców, towarów rolniczych, przemysłowych, a także dóbr kooperacyjnych, regiony posiadają odpowiedni i niezbędny zasób produktów potrzebnych dla ich prawidłowego funkcjonowania.

Istnieją różne rodzaje współpracy zagranicznej. Wyróżnia się obrót towarowy w skład którego wchodzi: import, eksport, reeksport towarami, a także dochód pochodzący z turystyki, usług transportowych, pocztowych, telekomunikacyjnych, bankowych. Wartość łączna eksportu i importu w ciągu roku daje bilans handlowy danego kraju.

Handel zagraniczny stwarza możliwość korzystania z wielu różnych usług, kupowania towarów po konkurencyjnych cenach przy szerokiej skali oferowanych dóbr dla konsumentów. Handel zagraniczny i bezpośrednie inwestycje zagraniczne odgrywają znaczącą rolę w tworzeniu regionalnego i krajowego PKB, i chociażby z tego względu powinny być przedmiotem pogłębionych analiz.

Badanie takie zostało zlecone przez Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego w Rzeszowie i wykonane w 2014 r. Jednocześnie Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020 na rzecz inteligentnych specjalizacji (RIS)

została zatwierdzona 25 maja 2015 r. Wiele przyjętych wówczas założeń oraz podanych analizie danych uległo dezaktualizacji. Obecnie istnieje konieczność aktualizacji otrzymanych wówczas danych oraz ich weryfikacji w związku ze zmieniającą się sytuacją społeczno-gospodarczą oraz rozpoczęciem prac pod kątem aktualizacji Regionalnej Strategii Innowacji na lata 2021 – 2027. Analizując handel zagraniczny i bezpośrednie inwestycje zagraniczne należy wziąć pod uwagę cztery regionalne specjalizacje województwa podkarpackiego tj. Lotnictwo i kosmonautyka, jakość życia, motoryzacja, informacja i telekomunikacja oraz nowe obszary, które na podstawie przedmiotowego badania mają szansę aby stać się inteligentnymi specjalizacjami regionu.

II. Cele badawcze

Celem głównym badania jest **pogłębiona diagnoza stanu handlu zagranicznego województwa podkarpackiego** (w tym wewnątrzspółnotowej dostawy towarów) na tle Polski i innych województw wraz z elementami prognozy, zobrazowanie intensywności **współpracy międzynarodowej przedsiębiorstw** oraz określenie **wielkości i struktury bezpośrednich inwestycji zagranicznych** zrealizowanych na Podkarpaciu.

Szczegółowe cele badawcze:

1) Charakterystyka handlu zagranicznego w województwie podkarpackim.

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie stanu handlu zagranicznego w województwie podkarpackim, z uwzględnieniem struktury geograficznej, towarowej, branżowej:

- a) eksportu,
- b) importu,
- c) salda handlu zagranicznego,
- d) zróżnicowania wewnątrz województwa.

2) Handel zagraniczny w województwie podkarpackim na tle innych województw i Polski

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie handlu zagranicznego województwa podkarpackiego, z uwzględnieniem struktury geograficznej, towarowej, branżowej w porównaniu z innymi województwami i całym krajem w zakresie:

- a) eksportu,
- b) importu,
- c) salda handlu zagranicznego.

3) Charakterystyka handlu przygranicznego i jego znaczenie

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie handlu przygranicznego, z uwzględnieniem struktury geograficznej, towarowej, branżowej:

- a) z Ukrainą,
- b) ze Słowacją.

4) Przedstawienie wykazu najważniejszych produktów eksportowych i importowych województwa podkarpackiego

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie grupy najważniejszych produktów eksportowych (produkowanych na terenie województwa podkarpackiego) i importowych (sprowadzanych na teren województwa).

5) Przedstawienie wykazu największych eksporterów województwa podkarpackiego.

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie listy **200** najważniejszych eksporterów województwa podkarpackiego.

6) Kierunki rozwoju handlu zagranicznego województwa podkarpackiego

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie kierunków rozwoju handlu zagranicznego, z uwzględnieniem struktury geograficznej, towarowej, branżowej, w szczególności:

- perspektywicznych branż dla eksportu.

7) Międzynarodowa współpraca gospodarcza przedsiębiorstw

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie współpracy międzynarodowej przedsiębiorstw funkcjonujących na terenie województwa podkarpackiego (siedziby lub oddziały) w szczególności:

- a) współpracy gospodarczej (pochodzenie geograficzne, branżowe partnerów),
- b) handel wewnątrzgałęziowy,
- c) handel przygraniczny.

8) Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w województwie podkarpackim

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest określenie wielkości, pochodzenia, struktury (kapitałowej oraz greenfield/brownfield), rozmieszczenia przestrzennego w województwie **bezpośrednich inwestycji zagranicznych** (inwestycje zrealizowane i planowane przez spółki z kapitałem zagranicznym zarejestrowane w województwie podkarpackim, jak również przez podmioty zagraniczne posiadające siedzibę w innym regionie, a prowadzące działalność na terenie województwa podkarpackiego), w szczególności:

- a) bezpośrednie inwestycje zagraniczne zrealizowane i planowane na terenie województwa. Analiza danych, trendów ze szczegółowym uwzględnieniem:
 - ✓ kraju pochodzenia inwestora/kapitału,
 - ✓ rodzaju działalności; analiza ma zostać dokonana zarówno na poziomie sekcji jak i działów PKD 2007,
 - ✓ formy inwestycji – proponowany podział: prywatyzacje, nakłady na nowe obiekty i przedsięwzięcia, zakup nieruchomości niezabudowanych, przejęcia

- firm prywatnych, dodatkowe nakłady w firmach wcześniej przejętych lub sprywatyzowanych, zakup nieruchomości zabudowanych (tzw. brownfield),
- ✓ lokalizacji inwestycji według faktycznego miejsca poniesionych nakładów,
 - ✓ lokalizacji inwestycji na poziomie powiatów (z uwzględnieniem wartości inwestycji za rok 2018 w przypadku inwestycji zakończonych lub trwających lub za ostatni najbardziej aktualny rok),
 - ✓ struktury inwestycji – w podziale na przemysł i budownictwo, handel, usługi,
 - ✓ zatrudnienia w podmiotach z udziałem kapitału zagranicznego według sekcji PKD.
- b) atrakcyjność inwestycyjna województwa podkarpackiego pod kątem napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych,
- c) doświadczenia przedsiębiorstw w wejściu na rynki zagraniczne.

9) Działania podejmowane w województwie podkarpackim

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie działań w szczególności:

- a) jednostek samorządu terytorialnego oraz innych instytucji/podmiotów zaangażowanych (m.in. Specjalnej Strefy Ekonomicznej EURO-PARK Mielec, Tarnobrzskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej EURO-PARK WISŁOSAN, parków technologicznych, przemysłowych, COIE, COI) w pozyskiwanie bądź obsługę inwestorów zagranicznych,
- b) działań proinwestycyjnych samorządu lokalnego, sposobu organizacji obsługi inwestora; zawartości informacji na stronach internetowych gmin dla potencjalnych inwestorów oraz zapisów dotyczących polityki (porównanie z innymi województwami w Polsce i innymi regionami na świecie, ewentualnie przedstawienie dobrych praktyk, które mogłyby zostać wdrożone),
- c) jednostek samorządu terytorialnego oraz innych instytucji/podmiotów zaangażowanych w podniesienia atrakcyjności inwestycyjnej województwa podkarpackiego dla inwestorów zagranicznych,
- d) Państwa i jednostek samorządu terytorialnego m.in. w celu: wspierania działalności eksportowej podkarpackich firm, poprawy atrakcyjności inwestycyjnej województwa, wykorzystania przygranicznego położenia dla pogłębiania współpracy gospodarczej podkarpackich firm z partnerami z Ukrainy i ze Słowacji.

10) Regionalne specjalizacje województwa podkarpackiego a współpraca międzynarodowa

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie działań w szczególności:

- oddziaływanie regionalnych specjalizacji województwa podkarpackiego na eksport, import i bezpośrednie inwestycje zagraniczne.

11) Sformułowanie wniosków i rekomendacji

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędne jest przedstawienie wniosków i rekomendacji, w szczególności w zakresie:

- a) zintensyfikowania działalności eksportowej przedsiębiorstw,
- b) poprawy atrakcyjności inwestycyjnej regionu,
- c) wykorzystania przygranicznego położenia dla pogłębiania współpracy gospodarczej podkarpackich firm z partnerami z Ukrainy i ze Słowacji.

12) Wizualizacja danych

W ramach realizacji tego celu szczegółowego niezbędna jest wizualizacja analizowanych danych m.in. na wykresach, mapach oraz w tabelach.

Wykonawca powinien ocenić kompletność celów szczegółowych badania i na podstawie swojej wiedzy oraz doświadczenia może dokonać ich uszczegółowienia. Wykonawca może również zaproponować dodatkowe szczegółowe cele badawcze, użyteczne z punktu widzenia zrealizowania celu głównego badania, co powinno znaleźć odzwierciedlenie w Ofercie.

Zaproponowane uszczegółowienie celów szczegółowych oraz dodatkowe cele szczegółowe będą brane pod uwagę w trakcie oceny ofert przez Zamawiającego¹.

III. Zakres badania

Zakres podmiotowy

Badaniami objęte powinny zostać podmioty:

- 1) przedsiębiorstwa eksportujące, przedsiębiorstwa importujące w Polsce i innych województwach,
- 2) przedsiębiorstwa eksportujące z województwa podkarpackiego,
- 3) przedsiębiorstwa importujące z województwa podkarpackiego,
- 4) inwestorzy zagraniczni zarejestrowani w województwie podkarpackim oraz posiadający siedzibę w innym regionie, a prowadzący działalność na terenie województwa podkarpackiego,
- 5) spółki zależne firm z większościowym udziałem kapitału zagranicznego, a także przez oddziały/filie spółek, w których podmioty zagraniczne były udziałowcem mniejszościowym – co najmniej 10% udziału,
- 6) jednostki samorządu terytorialnego województwa podkarpackiego (pod względem podejmowanych działań proinwestycyjnych i obsługi inwestorów zagranicznych),

¹ Dodatkowe cele szczegółowe wraz z uzasadnieniem ich zastosowania należy zaakcentować kursywą.

- 7) jednostki z województwa podkarpackiego zajmujące się obsługą inwestorów zagranicznych (m.in. COI, COIE, firmy konsultingowe).

Zakres przedmiotowy

Zakres przedmiotowy badania obejmuje wszystkie zagadnienia wskazane przez Zamawiającego.

Zakres terytorialny

Badanie obejmuje obszar województwa podkarpackiego (na poziomie NUTS 2, NUTS 3 i powiatów). Porównania stanu handlu zagranicznego z innymi regionami wykonane będą w skali województw i Polski.

Zakres czasowy

Badanie będzie obejmowało lata 2013-2018 dla danych statystyki publicznej (Krajowa Administracja Skarbowa, Główny Urząd Statystyczny i inne) oraz wyniki badań przeprowadzonych w 2019 roku.

IV. Metodologia i sposób realizacji badania

Minimum metodologiczne:

W ramach **analizy handlu zagranicznego i bezpośrednich inwestycji zagranicznych** w województwie podkarpackim wymaga się zastosowania następujących metod i technik badawczych:

1. Metoda kartograficzna,
2. Badania ankietowe CATI,
3. Analiza desk research,
4. Analiza statystyczna,
5. Pogłębione wywiady indywidualne/telefoniczne (IDI/ITI),
6. Analiza SWOT,
7. Panel ekspertów.

Ad. 1) Metoda kartograficzna

Wykonawca będzie przykładał szczególną wagę do ilustracji kartograficznej, wychodząc z założenia, że mapa stanowi bardzo dobre źródło opisu sytuacji w ujęciu diagnostycznym. Podstawowymi ilościowymi i jakościowymi metodami kartograficznymi wykorzystywanymi w opracowaniu będą kartogramy i kartodiagramy oraz metoda sygnaturowa i tła jakościowego. Uzasadnieniem wykorzystania metody jest możliwość przedstawienia za jej pomocą regionalnego zróżnicowania przedsiębiorczości, co jest jednym z celów badania.

Metoda kartograficzna będzie stosowana na dwóch poziomach. Z jednej strony posłuży jako metoda wizualizacji zjawisk w przestrzeni, a z drugiej jako kartograficzna metoda badań stosowana do analiz przestrzennych.

Dane powinny być prezentowane w atrakcyjnej formie: mapy (województwo na tle Polski i innych województw, podregiony NUTS 3 i powiaty), wykresy: czasowe i porównawcze do Polski i innych województw, podregionów NUTS 3 i powiatów.

Ad. 2) Badania ankietowe CATI

Technika badań kwestionariuszowych to jedna z najbardziej skutecznych metod zbierania rzetelnego materiału badawczego. Proponuje się przeprowadzenie wywiadów z przedsiębiorcami eksportującymi i importującymi towary oraz inwestorami w województwie podkarpackim. Wykonawca zrealizuje:

- **minimum 50 wywiadów telefonicznych (CATI)** z przedsiębiorstwami z województwa podkarpackiego, które eksportują swoje produkty / usługi:

- ✓ 0 – 49 pracujących – min. 25 wywiadów,
- ✓ 50 – 249 pracujących – min. 15 wywiadów,
- ✓ 250 i więcej pracujących – min. 10 wywiadów.

Wywiady z każdą grupą przedsiębiorstw powinny uwzględniać każdą z 4 regionalnych specjalizacji województwa podkarpackiego.

Zagadnienia, które winny zostać objęte badaniem, to m.in. kondycja finansowa i kadrowa przedsiębiorstw, problemy napotymane przez firmy w bieżącej działalności eksportowej, plany eksportowe przedsiębiorstw, kwestie pomocy ze strony państwa dla firm eksportujących, bariery podejmowania współpracy z partnerami z Ukrainy i ze Słowacji.

- **minimum 10 wywiadów** z inwestorami/podmiotami z większościowym kapitałem zagranicznym, którzy dokonali inwestycji na Podkarpaciu – **na podstawie których będzie możliwe przedstawienie studium przypadku**. Zagadnienia, które winny zostać objęte badaniem, to m.in.: dotychczasowe efekty zrealizowanych inwestycji, powody dokonania inwestycji w woj. podkarpackim, główne napotymane problemy, ocena działalności władz samorządowych, plany inwestycyjne firm, ocena kapitału ludzkiego województwa.

Wywiady winny zostać zrealizowane wśród właścicieli / współwłaścicieli firm lub wyższej kadry zarządzającej przedsiębiorstw – prezesi, dyrektorzy bądź ich zastępcy, członkowie zarządu bądź pracownicy, którzy zostali wskazani w przedsiębiorstwie przez dyrekcję / kadrę zarządzającą.

Ad. 3) Analiza desk research

Analiza danych ze źródeł zastanych, literatura, gotowe opracowania, przegląd dotychczas zrealizowanych badań, przegląd statystyk GUS i innych źródeł danych.

Ekspertyzy i raporty

W ramach desk research badaniu poddane zostaną raporty dotyczące handlu zagranicznego, zarówno na szczeblu krajowym, jak i na szczeblu regionalnym, w tym w szczególności:

1. Ekspertyzy, raporty opracowane i wydane przez Polski Instytut Ekonomiczny.
2. Ekspertyzy, raporty dotyczące handlu zagranicznego oraz BIZ opracowane dla jednostek należących do sieci COIE w poszczególnych województwach.

Źródła danych

Zamawiający oczekuje od Wykonawcy pozyskania danych na temat bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz handlu zagranicznego województwa podkarpackiego z następujących źródeł:

- a) Krajowej Administracji Skarbowej, oparte na nomenklaturze scalonej (CN), dotyczące importu i eksportu, z uwzględnieniem podziału na województwa (dane dla województwa podkarpackiego z podziałem na NUTS 3 i powiaty), partnerów handlowych i przedmiot wymiany. Dane powinny obejmować lata 2013-2018, wybrane dane powinny być przedstawione wg klasyfikacji PKD,
- b) Głównego Urzędu Statystycznego – przedstawione wskaźniki makroekonomiczne dla Polski oparte na klasyfikacji PKD,
- c) z bazy UN Comtrade, dotyczące struktury towarowej oraz geograficznej importu z krajów będących głównymi partnerami gospodarczymi w województwie podkarpackim,
- d) komercyjnych baz danych,
- e) Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego,
- f) Centrum Obsługi Inwestora Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A.,
- g) Dane pochodzące bezpośrednio od firm oraz sprawozdania finansowe publikowane w Monitorze Polskim B, oficjalne komunikaty prasowe, informacje giełdowe, sprawozdania roczne firm,
- h) Dane z Krajowego Rejestru Sądowego,
- i) Specjalnej Strefy Ekonomicznej EURO-PARK Mielec, Tarnobrzesckiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej EURO-PARK WISŁOSAN,
- j) Prasy regionalnej,
- k) Prasy branżowej specjalistycznej Nowy Przemysł, Inwestor, Nowe Życie Gospodarcze, Warsaw Business Journal,
- l) Informacje ze stron internetowych Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu (w tym Zagranicznych Biur Handlowych), izb handlowych/gospodarczych zlokalizowanych na terenie województwa podkarpackiego, jednostek samorządu terytorialnego województwa podkarpackiego,
- m) newslettery branżowe.

Ad. 4) Analiza statystyczna

Uzasadnieniem wyboru statystycznej metody analizy danych, zwłaszcza w wymiarze ilościowym (masowym), jest fakt jej uniwersalności w badaniach diagnostycznych. Będzie ona jedną z najpowszechniej wykorzystywanych w trakcie diagnozy przedsiębiorczości do prezentacji struktur i trendów rozwojowych.

Ad. 5) Pogłębione wywiady indywidualne/telefoniczne (IDI/ITI)

Wykonawca winien przeprowadzić:

- **minimum 15 wywiadów pogłębionych** w instytucjach zajmujących się wspieraniem i pobudzaniem rozwoju eksportu oraz promowaniem firm na arenie międzynarodowej.

Wywiady pogłębione winny zostać przeprowadzone z przedstawicielem takich instytucji jak:

- Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii,
- Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, w tym Zagranicznych Biur Handlowych,
- Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,
- Polski Instytut Ekonomiczny,
- Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A.,
- Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego/COIE,
- Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A./COI,
- Bank Gospodarstwa Krajowego,
- a także instytucji otoczenia biznesu, organizacji branżowych, itp.

W trakcie wywiadów pogłębionych winny zostać poruszone m.in. takie kwestie jak czynniki wpływające na rozwój eksportu oraz bariery jego rozwoju zarówno w skali kraju, jak i konkretnie w przypadku województwa podkarpackiego. Mają zostać ocenione działania w zakresie wspierania eksportu i importu realizowane na Podkarpaciu. W trakcie wywiadów mają zostać poruszone także kwestie przyszłych kierunków wspierania eksportu na terenie województwa podkarpackiego, a Wykonawca w raporcie ma przedstawić rozwiązania/ działania / narzędzia, które pomogą je zrealizować.

Wykonawca winien przygotować scenariusze wywiadów pogłębionych IDI tak, aby były one dopasowane do profilu respondenta / przedstawiciela wytypowanych do badania instytucji.

Ad. 6) Analiza SWOT

Analiza SWOT będzie przydatną metodą do oceny uwarunkowań (szans i zagrożeń oraz barier i potencjałów) rozwoju przedsiębiorczości. Analiza SWOT stanowi podstawową technikę analityczną umożliwiającą udzielenie odpowiedzi na dwa pytania badawcze: *Jaka jest obecnie sytuacja handlu zagranicznego (słabe i mocne strony)?* oraz *Jakie są szanse i zagrożenia dla handlu zagranicznego?*

Ad. 7) Panel ekspertów

Panel ekspertów będzie służył wypracowaniu, w toku dyskusji, opinii na temat zachodzących procesów oraz wniosków i rekomendacji, które wykorzystane zostaną w prowadzeniu polityki rozwoju regionu.

W Panelu ekspertów wezmą udział eksperci posiadający szeroką wiedzę i wieloletnie doświadczenie związane z poszczególnymi obszarami badawczymi, a także reprezentujący ważne instytucje mające wpływ na kształtowanie rozwoju społeczno-gospodarczego województwa. Listę osób uczestniczących w panelu ekspertów Wykonawca ustali z Zamawiającym.

Minimalny zakres metod ma charakter obligatoryjny. Zamawiający dopuszcza zastosowanie dodatkowych, wykraczających poza powyższy katalog, metod, technik lub narzędzi badawczych, służących osiągnięciu przyjętych celów, a także w razie konieczności, pozyskania danych z badań własnych. Dodatkowe metody, techniki lub narzędzia badawcze – w przypadku wyboru Oferty – mają charakter wiążący Wykonawcę na etapie realizacji badania.

Zaproponowane dodatkowe metody badań będą stanowiły kryterium oceny ofert.

Wykonawca zobowiązany jest już na etapie składania Oferty do przedstawienia szczegółowego opisu prac badawczych wraz z proponowaną metodologią. Zaproponowana metodologia powinna być dostosowana do specyfiki przedmiotu badania, a przez to gwarantować osiągnięcie wszystkich celów badania.

Wykonawca powinien uzasadnić celowość zaproponowanych metod i narzędzi badawczych oraz przedstawić szczegółowy opis ich zastosowania. Ponadto, w Ofercie powinna znaleźć się propozycja opisu i doboru próby badawczej, opis jej struktury (do poszczególnych metod i narzędzi z uzasadnieniem przyjętego podejścia metodologicznego)². Wykonawca zobowiązany jest także wskazać np. konkretną liczbę wywiadów, wizyt, uczestników wywiadów oraz wyszczególnić dokumenty na podstawie i w oparciu o które będzie formułował tezy, hipotezy i wnioski badawcze. **Podejście metodologiczne będzie jednym z kryteriów oceny ofert.**

Dodatkowe informacje

1. Zamawiający przewiduje pozyskiwanie przez Wykonawcę dodatkowych danych i materiałów pierwotnych w trakcie realizacji badania. W związku z tym Wykonawca jest

² W przypadku zastosowania badań ilościowych istotne jest określenie/ zdefiniowanie: populacji badania, operatu losowania, metody doboru, wielkości próby, efektywności realizacji próby oraz implementacja założeń i sposobu zbierania danych.

zobowiązany do przekazania Zamawiającemu zaproponowanych w Ofercie i raporcie metodologicznym narzędzi badawczych oraz udokumentowania realizacji badania (notatki, nagrania, transkrypcje wywiadów, bazy danych zgromadzonych w trakcie realizacji badania, wykresy (edytowalne), mapy, tablice statystyczne, itp. produkty powstałe w wyniku analizy zebranego materiału badawczego) z uwzględnieniem zasady poufności i ochrony anonimowości respondentów.

Ponadto Zamawiający oczekuje od Wykonawcy pełnej współpracy w zakresie:

- ✓ uzgadniania wszelkich kwestii związanych z metodologią, w tym konsultowania projektów narzędzi badawczych,
- ✓ uzgadniania kwestii dotyczących konstrukcji oraz zawartości merytorycznej raportów wytworzonych w ramach niniejszego badania,
- ✓ utrzymywania stałego kontaktu (wyznaczenie osoby/osób do kontaktu roboczego, spotkań roboczych, telefonicznych, poprzez e-mail, pisemnego),
- ✓ informowania Zamawiającego o ewentualnych zmianach składu osobowego zespołu badawczego,
- ✓ przekazywania na każde życzenie Zamawiającego, pełnej informacji o stanie realizacji badania,
- ✓ konsultowania z Zamawiającym wszelkich innych istotnych kwestii związanych z realizacją badania.

V. Sposób prezentacji wyników badania

Efektem końcowym prac będzie przygotowanie właściwego raportu sporządzonego w języku polskim. Wykonawca dostarczy raporty w wersji elektronicznej (na płycie CD, wersja w formacie WORD oraz PDF) oraz papierowej.

Wykonawca badania zobowiązuje się do przygotowania oraz skonsultowania z Zamawiającym wstępnego raportu metodologicznego, wstępnego raportu końcowego, raportu końcowego w terminie, miejscu i formie przewidzianych w harmonogramie SOPZ oraz uzgodnionych z Zamawiającym.

Wstępny raport metodologiczny/Raport metodologiczny

Wykonawca powinien przed przystąpieniem do realizacji badań uzgodnić z Zamawiającym wstępny raport metodologiczny, do którego Zamawiający ma prawo wnieść uwagi.

Raport powinien być opracowany w języku polskim i zawierać szczegółowy opis następujących elementów:

- Szczegółowa identyfikacja i opis obszaru badawczego,

- Szczegółowa metodologia badania, w tym projekt narzędzi badawczych³,
- Plan organizacji pracy badawczej,
- Określenie doboru próby i sposobów dotarcia do danych,
- Proponowane wskaźniki,
- Określenie źródeł danych.

Wstępny raport końcowy

Wykonawca powinien zaproponować własną strukturę raportu, m. in. w oparciu o cele badania oraz zastosowane metody badawcze i powinien wyodrębnić osobno: handel zagraniczny województwa, bezpośrednie inwestycje zagraniczne w województwie. Jednocześnie raport powinien zawierać

- ✓ Spis treści,
- ✓ Streszczenie raportu – nie więcej niż 5 stron A4 (w języku polskim i angielskim),
- ✓ Wprowadzenie (opis głównych założeń badania),
- ✓ Skrócony opis zastosowanej metodologii,
- ✓ Opis wyników badań (**analiza i interpretacja**),
- ✓ Wnioski i rekomendacje pogrupowane wg skali istotności lub tematycznie (w formie tabelarycznej),
- ✓ Aneksy przedstawiające: analizy i zestawienia danych, źródła informacji wykorzystywane w badaniu, itp.

Raport końcowy

Raport końcowy powinien zrealizować cel główny i cele szczegółowe badania. Raport musi być napisany w czytelnej i zrozumiałej formie, a **wnioski i rekomendacje** wynikające z badania **obiektywne, pragmatyczne, precyzyjne i możliwe do wdrożenia**. Raport końcowy powinien także podawać dokładne źródła informacji, w celu ich weryfikacji.

Prezentacja multimedialna

Wykonawca zobowiązany jest do opracowania oraz przedstawienia prezentacji wstępnego raportu końcowego w terminie oraz miejscu uzgodnionym z Zamawiającym. Zawartość merytoryczna prezentacji powinna być skonsultowana z Zamawiającym.

Inne materiały

Wykonawca prześle Zamawiającemu również dane statystyczne zebrane/pozyskane podczas realizacji badania w formie tabelarycznej xls, wykresy w edytowalnej wersji wraz z danymi źródłowymi xls. (możliwość wykorzystania i modyfikacji w przyszłości przez Zamawiającego), mapy, rysunki w formacie jpg.

³ Zamawiający dopuszcza na późniejszym etapie realizacji badania wprowadzenie przez Wykonawcę modyfikacji do przedstawionych w raporcie metodologicznym projektów narzędzi. Zmiany te wymagają zgody Zamawiającego i powinny być przez Wykonawcę szczegółowo uzasadnione.

VI. Harmonogram realizacji badania

Badanie będzie prowadzone w ciągu **12 tygodni (84 dni kalendarzowych)** od dnia podpisania umowy z Wykonawcą. Wykonawca zobowiązany jest do rzetelnej i terminowej realizacji badania.

ETAP I

W terminie **do 2 tygodni (do 14 dni kalendarzowych)** od dnia podpisania umowy Wykonawca:

- dostarczy w formie elektronicznej *Wstępny raport metodologiczny* w formie zapisu pliku doc. lub docx.,
- zaprezentuje *Wstępny raport metodologiczny* w miejscu uzgodnionym z Zamawiającym.

Zamawiający w terminie **do 3 tygodni (do 21 dni kalendarzowych)** od dnia podpisania umowy ma prawo wnieść uwagi do *Wstępnego raportu metodologicznego*, które Wykonawca ma obowiązek uwzględnić.

W terminie **do 4 tygodni (do 28 dni kalendarzowych)** od dnia podpisania umowy Wykonawca:

- dostarczy w formie elektronicznej *Raport metodologiczny* w formacie zapisu pliku doc. lub docx.,
- dostarczy w formie papierowej *Raport metodologiczny* w 2 egzemplarzach oraz na nośniku CD-R/DVD-R.

ETAP II

W terminie **do 10 tygodni (do 70 dni kalendarzowych)** od dnia podpisania umowy Wykonawca:

- dostarczy w formie elektronicznej *Wstępny raport końcowy* w formacie zapisu pliku doc. lub docx.,
- zaprezentuje *Wstępny raport końcowy* w terminie oraz miejscu uzgodnionym z Zamawiającym (prezentuje kierownik zespołu).

Zamawiający w terminie **do 11 tygodni (77 dni kalendarzowych)** od dnia podpisania umowy ma prawo wnieść uwagi do *Wstępnego raportu końcowego*, które Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić w *Raporcie końcowym*.

ETAP III

W terminie **do 12 tygodni (do 84 dni kalendarzowych)** od dnia podpisania umowy Wykonawca:

- dostarczy w formie elektronicznej *Raport końcowy* w formacie zapisu pliku doc. lub docx.,

- dostarczy w formie papierowej *Raport końcowy* w 2 egzemplarzach oraz na nośniku CD-R/DVD-R.

VII. Dodatkowe informacje

- a. Zamawiający nie przewiduje możliwości składania ofert częściowych.
- b. Opis sposobu przygotowania oferty wraz ze sposobem, miejscem oraz terminem złożenia zostanie szczegółowo opisany w „Zaproszeniu do złożenia oferty”.
- c. Zamawiający nie przewiduje możliwości składania ofert wariantowych.