

Opis Przedmiotu Zamówienia

Badanie gotowości gospodarstw domowych do odbioru sygnału telewizyjnego w nowym standardzie DVB-T2/HEVC

ZATWIERDZAM:

Dyrektor

2021-06-24 (-

.....

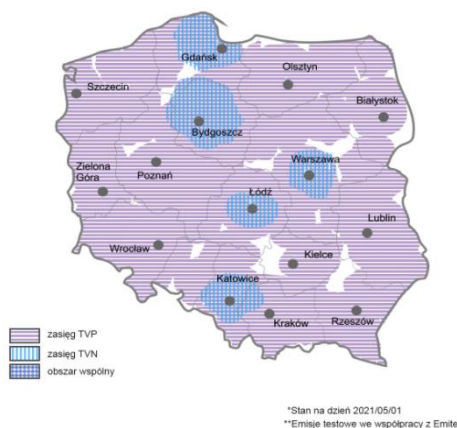
*(podpis Kierownika Zamawiającego
lub Osoby Umocowanej)*

I. Kontekst Zamówienia

- 1) Krajowy Instytut Mediów (KIM), został powołany przez Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT). Jednym z podstawowych obszarów działań KIM jest m.in.:
 - 1.1 Dostarczanie danych populacyjnych w zakresie konsumpcji mediów,
 - 1.2 Konceptualizacja i wykonanie badań, które są źródłem danych statystycznych odnośnie do celów, częstotliwości, możliwości i sposobów konsumpcji mediów,
 - 1.3 Dostarczanie informacji o trendach i technologiach w zakresie konsumpcji mediów,
 - 1.4 Analiza rynku i trendów dotyczących sprzętów do konsumpcji mediów

- 2) W pierwszej połowie 2020 roku rozpoczął się proces zmiany zakresu częstotliwości nadawania telewizji naziemnej (refarming) i uwolnienie ich na potrzeby 5G w paśmie 700MHz. Działania są efektem decyzji Komisji Rady Europejskiej z której wynika, że wszystkie kraje członkowskie będą musiały uwolnić pasma 694-790 na potrzeby rozwoju sieci komórkowej piątej generacji.
 - 2.1 W Polsce proces ten wiąże się również ze zmianą standardu nadawania i kodowania obecnego DVB-T/MPEG-4 na nowszy i bardziej efektywny standard DVB-T2/HEVC, który umożliwi nadawanie wszystkich programów naziemnej telewizji cyfrowej w jakości HD. DVB-T2/HEVC pozwoli nadawcom zaoferować widzom nowe programy telewizyjne na dwóch nowych multipleksach.
 - 2.2 Obecnie naziemna telewizja cyfrowa (NTC) jest główną platformą powszechnej dystrybucji programów telewizji publicznej.
 - 2.3 Zmiana standardu może się wiązać dla części mieszkańców Polski z koniecznością dostosowania swojego odbiornika do odbioru sygnału DVB-T2/HEVC (wyposażenie w dekoder) lub zakup nowego odbiornika telewizyjnego.
 - 2.4 Aby ułatwić widzom przygotowanie się do nadchodzących zmian i sprawdzenie posiadanych odbiorników, sygnał w nowym standardzie DVB-T2/HEVC jest udostępniany na wybranych obszarach kraju w ramach emisji testowych. Poniższa ikona (poglądowa) obrazuje przybliżony zasięg emisji testowych DVB-T2/HEVC.

Przybliżony zasięg emisji testowych DVB-T2/HEVC



- 2.5 W związku z nadchodzącą zmianą standardu nadawania sygnału KPRM we współpracy z rynkiem przygotowuje stosowną komunikację skierowaną do użytkowników NTC [<https://www.gov.pl/web/dvbt2/zanim-kupisz-telewizor-sprawdzy-nie-odbierasz-dvb-t2-hevc>].
- 2.6 Nowy standard nadawania sygnału DVB-T2/ HEVC pozwoli nadawcom zaoferować lepszej jakości programy telewizyjne. Zmiana standardu umożliwi również poszerzenie oferty programów telewizyjnych.
- 2.7 W związku z powyższym, zaistniała potrzeba realizacji zbadania gotowości gospodarstw domowych do odbioru sygnału telewizyjnego w nowym standardzie DVB-T2/HEVC.

II. Cele główne i szczegółowe

1. Cele Główne

1.1. Badanie gotowości gospodarstw domowych do odbioru sygnału telewizyjnego w nowym standardzie DVB-T2/HEVC

1.1.1. Cele Szczegółowe

- 1.1.1.1. Oszacowanie odsetka gospodarstw domowych korzystających z NTC zagrożonych możliwością utraty sygnału telewizyjnego w konsekwencji zmiany standardu nadawania sygnału;
- 1.1.1.2. Weryfikacja skali gospodarstw domowych, niezależnie od źródła nadawania sygnału, wyposażonych w przynajmniej jeden odbiornik umożliwiający odbiór NTC w nowym standardzie;
- 1.1.1.3. Sposoby i metody odbioru NTC;
- 1.1.1.4. Sposoby podłączeń kabli antenowych do telewizorów i/ lub przystawek;
- 1.1.1.5. Zastosowanie urządzenia jakim jest telewizor, poprzez określenie jego roli w gospodarstwie domowym;
- 1.1.1.6. Informacja na temat liczby telewizorów w gospodarstwie domowym w tym:
 - telewizorów tylko z dostępem do NTC,
 - telewizorów z dostępem do NTC oraz telewizji satelitarnej,
 - telewizorów z dostępem do NTC oraz telewizji kablowej,
 - telewizorów z dostępem do NTC oraz telewizji satelitarnej i kablowej;
- 1.1.1.7. Wyposażenie gospodarstwa domowego w sprzęt do odbioru treści wideo w tym także sprzęt telekomunikacyjny;
- 1.1.1.8. Sposób konsumpcji poszczególnych mediów (częstości, motywów) i współkorzystania z mediów (w tym multiscreeningu).

1.2. Sprawdzenie skali korzystanie z rozwiązań i funkcjonalności takich jak hbbTV oraz wskazanie jaki jest potencjał funkcjonalności możliwych do zaoferowania w ramach hbbTV

1.2.1. Cele Szczegółowe

- 1.2.1.1. Catch-up/Backward EPG, czyli możliwość oglądania wybranych programów do 7 dni po ich emisji,
- 1.2.1.2. Timeshift (pauzowanie), czyli możliwość zatrzymywania, wznawiania i przewijania oglądanego programu na żywo;
- 1.2.1.3. Start Over (oglądanie od początku), czyli możliwość oglądania od początku programu, który już się rozpoczął;
- 1.2.1.4. Nagrywarka nPVR, czyli urządzenie umożliwiające nagrywanie treści telewizyjnych i obejrzenie ich w innym czasie,
- 1.2.1.5. Rekomendacje, czyli programy wybrane i najlepiej dopasowane do Twoich preferencji, zazwyczaj dostępne w sekcji „wybrane / rekomendowane dla Ciebie”,
- 1.2.1.6. Pobieranie, czyli możliwość pobrania dowolnego materiału wideo (film, odcinek serialu lub dokument) i obejrzenia go offline,
- 1.2.1.7. Moja Lista, czyli możliwość stworzenia własnej listy ulubionych programów dodając do listy tytuły, które chcesz obejrzeć później,
- 1.2.1.8. Kontynuuj oglądanie, czyli możliwość kontynuowania oglądania programu od momentu, w którym zakończyłeś nawet jeśli kontynuujesz oglądanie na innym urządzeniu,
- 1.2.1.9. Multi-Live, czyli możliwość oglądania na jednym urządzeniu do 4 kanałów sportowych lub informacyjnych jednocześnie,
- 1.2.1.10. PiP, czyli obraz w obrazie; podczas oglądania programu można jednocześnie oglądać w małym okienku to, co jest emitowane na innym kanale,

- 1.2.1.11. Przesyłanie - pozwala przerzucić obraz z urządzenia mobilnego na telewizor (dostępne dla posiadaczy nakładki Chromcast),
 - 1.2.1.12. Dostęp do oferty VOD online (filmy, seriale, programy),
 - 1.2.1.13. Transmisje na życzenie, czyli dodatkowe transmisje live poza nadawanymi na danym kanale np. sportowe, koncerty, uroczystości;
 - 1.2.1.14. Personalizowany kanał telewizyjny, czyli wybieranie tego, co Ciebie interesuje (np. polskie komedie romantyczne), a system sam układa listę pozycji dopasowanych do Twoich preferencji.
- 1.3. Możliwe ścieżki reakcji widzów w wyniku informacji o zmianie standardu nadawania sygnału na DVB-T2/ HEVC
- 1.3.1. **Cele Szczegółowe**
 - 1.3.1.1. Szacowanie ścieżek postępowania widzów posiadających:
 - telewizory tylko z dostępem do NTC,
 - telewizory z dostępem do NTC oraz telewizji satelitarnej,
 - telewizory z dostępem do NTC oraz telewizji kablowej,
 - telewizory z dostępem do NTC oraz telewizji satelitarnej i kablowej.
 - 1.3.1.2. Szacowanie możliwości przejścia z Nziemnej Telewizji Cyfrowej do innych źródeł nadawania sygnału
 - 1.3.1.3. Szacowanie możliwości przejścia z innych źródeł nadawania sygnału do Nziemnej Telewizji Cyfrowej.
- 1.4. Wypracowanie wytycznych do zbudowania komunikatów kierowanych do widzów w związku z e zmianą standardu nadawania sygnału na DVB-T2.
- 1.4.1. **Cele Szczegółowe**
 - 1.4.1.1 Ocena pomysłu komunikacyjnego
 - czy pomysł przystaje do oczekiwań widzów,
 - czy wpisuje się w ich myślenie o zmianie i korzyściach z niej wynikających,
 - czy użyty w nim język jest adekwatny do języka widza,
 - czy komunikat jest zrozumiały i perswazyjny,
 - czy benefity w nim zawarte stanowią realną korzyść dla widza,
 - czy przekaz przygotowuje widzów na zmianę.

2. **Cele poznawcze w ramach celów badawczych:**

- 2.1. Zrealizowane badanie będzie pomiarem zero, dla wskaźników wg których będzie określana skuteczność zmian.
- 2.2. Wyniki gotowości gospodarstw domowych do odbioru sygnału telewizyjnego w nowym standardzie DVB-T2/HEVC będą wykorzystywane do:
 - 2.2.1. oszacowania odsetka gospodarstw narażonych na utratę sygnału po zmianie standardu nadawania;
 - 2.2.2. przygotowania widzów na zmianę częstotliwości nadawania.
- 2.3. Dzięki Badaniu gotowości gospodarstw domowych do odbioru sygnału telewizyjnego w nowym standardzie DVB-T2/HEVC możliwe będzie opracowanie wytycznych do komunikacji w oparciu o korzyści jakie niesie za sobą nowy standard, a które mają realny wpływ na satysfakcję widzów.

III. DVBT2 – zakres projektu i zadania

1. Zakres Projektu

- 1.1. W celu wypełnienia postawionych w pkt II powyżej celów głównych i szczegółowych projekt badawczy składać się będzie z trzech następujących po sobie etapów:

- 1.1.1. jakościowego badania eksploracyjnego,
- 1.1.2. ilościowego badania typu U&A wraz z modułem Pantry Check,
- 1.1.3. jakościowego badania konceptu.

2. Terminy

- 2.1. Start realizacji badania rozpoczyna się w momencie podpisania umowy z wyłonionym w przetargu Wykonawcą i zakłada:
 - 2.1.1. w przypadku jakościowego badania eksploracyjnego zakładane jest 15 dni roboczych
 - 2.1.2. w przypadku ilościowego badania typu U&A wraz z modułem Pantry Check 23 dni robocze
 - 2.1.3. jakościowego badania konceptu 4 dni robocze
- 2.2. Szczegółowy harmonogram zostanie przekazany przez Zamawiającego wyłonionemu w drodze przetargu Wykonawcy.
- 2.3. Z uwagi na kontekst zamówienia przedstawiony w pkt. I oraz cele wymienione w pkt. II powyżej, nieprzekraczalnym terminem zakończenia wszystkich prac związanych z projektem jest termin 45 dni roboczych, jednakże nie dłużej niż do 30 września 2021r. W związku z powyższym Wykonawca przystąpi do wykonania usług w dniu zawarcia Umowy i zakończy ich realizację w terminie wskazanym w ofercie Wykonawcy (nie dłuższym niż 45 dni roboczych) lub do 30 września 2021 r. (skróconego o zadeklarowany termin w ofercie Wykonawcy) w zależności który termin nastąpi wcześniej.

3. Terytorium

Projekt badawczy realizowany będzie na terenie całej Polski. Dokładne wytyczne odnośnie miejsc realizacji zostaną dostarczone Wykonawcy, z którym zostanie podjęta współpraca.

4. Uczestnicy badania

- 4.1. Badanie będzie realizowane w gospodarstwach domowych posiadających przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny odbierający sygnał z:
 - 4.1.1. tylko naziemnej NTC,
 - 4.1.2. naziemnej NTC oraz telewizji satelitarnej
 - 4.1.3. naziemnej NTC oraz telewizji kablowej,
 - 4.1.4. naziemnej NTC oraz telewizji satelitarnej i kablowej,
 - 4.1.5. a także wykorzystujące telewizor do odbioru treści wideo z wykorzystaniem innych kanałów odbioru (Internet).
- 4.2. Uczestnikami badania będą osoby pełnoletnie o największym stopniu wiedzy w zakresie sprzętu usług do odbioru telewizji i innych usług teleinformatycznych (lider technologiczny) lub/i z głową gospodarstwa domowego (mającą największy wkład w budżet gospodarstwa domowego).

5. ETAP I : Jakościowe badanie eksploracyjne będzie realizowane z decydującym w gospodarstwie domowym w kwestii wyboru dostawcy usług telewizyjnych w podziale na:

- 5.1. **Bulletin Board Discussion (BBD)** – moderowaną społeczność online trwająca 5 dni w tym weekend do udziału w której zaproszonych będzie 36 aktywnie biorących udział widzów z całej Polski.
 - 5.1.1. widzowie posiadający dostęp do telewizji:
 - 5.1.1.1. tylko naziemnej NTC,
 - 5.1.1.2. naziemnej NTC oraz telewizji satelitarnej,
 - 5.1.1.3. naziemnej NTC oraz telewizji kablowej,
 - 5.1.1.4. naziemnej NTC oraz telewizji satelitarnej i kablowej.

5.2. Zogniskowane wywiady grupowe online (FGI online)

- 5.2.1. 6 grup fokusowych z widzami z całej Polski,
- 5.2.2. każde spotkanie trwające około dwie godziny,
- 5.2.3. grupy widzów homogeniczne pod względem dostępu do telewizji:
 - 5.2.3.1. tylko naziemnej NTC,
 - 5.2.3.2. naziemnej NTC i telewizji satelitarnej i/lub kablowej.
- 5.3. W ramach obydwu metod badawczych (**BBD, FGI online**) weryfikacji poddane będą:
 - 5.3.1. sposoby konsumpcji treści telewizyjnych na konkretnych nośnikach,
 - 5.3.2. rola telewizora w gospodarstwie domowym,
 - 5.3.3. do czego jest obecnie i do czego jeszcze może być wykorzystywany telewizor,
 - 5.3.4. możliwe schematy postępowania widzów w reakcji na zmianę systemu nadawania,
 - 5.3.5. percepcja konieczności inwestycji w sprzęt do odbioru telewizji w nowym standardzie,
 - 5.3.6. oczekiwania dotyczące oferty na poziomie: programowym, jakościowym,
 - 5.3.7. oczekiwania dotyczące usług jakie mogą oferować dostawcy z wykorzystaniem nowych możliwości smart i hbbtv,
 - 5.3.8. oczekiwania dotyczące innowacji w ramach oferty i funkcjonalności w ramach nowego standardu,
 - 5.3.9. benefity na których ma się opierać komunikat.
- 5.4. W ramach BBD dodatkowo weryfikowane będą:
 - 5.4.1. urządzenia dostępne w domu wraz z tabliczkami znamionowymi,
 - 5.4.2. sposoby przyłączenia urządzeń do anten, bez względu na rodzaj anteny.
- 5.5. **FGI** zostaną przeprowadzone za pomocą jednej z dostępnych platform internetowych do prowadzenia spotkań grupowych nie wymagających instalacji specjalnego oprogramowania. Podgląd dla Zamawiającego będzie umożliwiał stały i bieżący kontakt z osobą prowadzącą spotkanie – moderatorem zapewnionym przez Wykonawcę.
- 5.6. **Bulletin Board Discussion (BBD)** będzie realizowane na platformie, do której dostęp zapewni Wykonawca, a jej funkcjonalności pozwolą na:
 - 5.6.1. możliwość stałego i bieżącego śledzenia wypowiedzi dla Zamawiającego,
 - 5.6.2. zamieszczenie zdjęć i filmów,
 - 5.6.3. prowadzenie dyskusji wspólnej jak i chatów z wybranymi uczestnikami,
 - 5.6.4. tworzenie specjalnych pokoi do rozmów z wybranymi widzami.
- 5.7. Do zadań po stronie Wykonawcy badania jakościowego należy:
 - 5.7.1. Opracowanie kwestionariusza rekrutacyjnego do badania i uzyskanie akceptacji co do założeń od Zamawiającego
 - 5.7.2. Rekrutacja odpowiednich rozmówców / widzów zgodnie z przyjętymi założeniami
 - 5.7.3. Kontrola poprawność rekrutacji rozmówców / widzów do poszczególnych etapów badania jakościowego
 - 5.7.4. Przeprowadzenie BBD i FGI online zgodnie ze scenariuszem dostarczonym przez Zamawiającego
 - 5.7.5. Analiza materiału i raportowanie wg. Ustalonych z Zamawiającym Założeń
 - 5.7.6. Badanie jakościowe zakończone zostanie:
 - 5.7.6.1. zbiorczym raportem z obydwu części badania (BBD, FGI) wraz z cytatami z wypowiedzi widzów w podziale na poszczególne źródła odbieranego sygnału,
 - 5.7.6.2. krótkim filmem wideo pokazującym najważniejsze insight płynące z badania dla każdej z grup widzów zróżnicowanych pod kątem źródła odbieranego sygnału,
 - 5.7.6.3. prezentacją wyników w siedzibie Zamawiającego w formie warsztatowej,
 - 5.7.6.4. przygotowaniem wskazówek i wytycznych do kwestionariusza ilościowego do drugiego etapu badania.

6. ETAP II : Ilościowe badanie typu U&A wraz z modułem Pantry Check,

- 6.1. Przeprowadzone wywiady ilościowe pozwalają na:
 - 6.1.1. Charakterystykę gospodarstwa domowego ze względu na źródło nadawania sygnału telewizyjnego uwzględniającą Pantry Check tj.: charakterystykę wyposażenia i używania sprzętu do odbioru telewizji wraz infrastrukturą antenowo informatyczną w gospodarstwie domowym. Spis uwzględnia, wszystkie telewizory w gospodarstwie domowym (również odbiorniki, które nie służą bezpośrednio do odbioru telewizji) wraz z ich infrastrukturą uwzględniającą, podłączenie do Internetu, dekodery, rodzaj anteny telewizyjnej i sposób podłączenia anteny NTC do telewizora (przez dekoder DVB-T/T2, przez inny dekoder, a także podłączenie telewizora do Internetu, bez względu na rodzaj połączenia)
 - 6.1.2. Oszacowanie świadomości zmiany wśród użytkowników NTC oraz konsekwencji dla gospodarstwa domowego. Poznanie, źródeł wiedzy na temat zmiany
 - 6.1.3. Oszacowanie możliwych zachowań będących konsekwencją zmiany standardu nadawania sygnału, w zależności od wykorzystywanego źródła nadawania sygnału telewizyjnego
 - 6.1.4. Oszacowanie odsetka osób korzystających ze Smart TV
 - 6.1.5. Oszacowanie świadomości HbbTv, wśród użytkowników NTC ustalenie odsetka osób korzystających z HbbTv, ocenę HbbTv na wymiarach przydatność, atrakcyjność treści, łatwość aktywacji/uruchomienia; ocenę obecnych funkcjonalności
 - 6.1.6. Ocenę hierarchii ważności funkcjonalności możliwych do zaoferowania w ramach hbbTV
 - 6.1.7. Opis procesu zakupu odbiornika telewizyjnego w gospodarstwach domowych(źródła informacji, miejsce zakupu, czas zakupu, powód zakupu) .
- 6.2. **Badanie ilościowe będzie realizowane** w gospodarstwach domowych posiadających przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny.
- 6.3. W ramach gospodarstwa, do wywiadu będą zapraszane osoby pełnoletnie o największej wiedzy w zakresie sprzętu, usług do odbioru telewizji i innych usług teleinformatycznych (lider technologiczny) lub/i z głową rodziny (mającą największy wkład w budżet gospodarstwa domowego).
- 6.4. Badania zostanie zrealizowane techniką F2F CAPI w domu respondenta
- 6.5. Próba do badania:
 - 6.5.1. Populacją badaną są indywidualne gospodarstwa domowe mające swoją siedzibę na terenie Polski, wyposażone w telewizor, używany do odbioru programów nadawanych w eterze (DVBT) lub w sieci TV kablowej lub poprzez satelitę („gospodarstwo telewizyjne”). Korzystanie z ogólnodostępnej bądź płatnej telewizji nie stanowi elementu definicji populacji badanej, ani jej warstwowania. Próba do badania obejmie n = 1010 gospodarstw domowych. Próba ma charakter adresowy, i zostanie wylosowana w schemacie doboru wielostopniowego z rejestru TERYT przez Zamawiającego, który zagwarantuje unikalność adresów w porównaniu z wylosowanymi do próby Badania Założycielskiego. Adresy będą losowane z jednakowymi prawdopodobieństwami jedynie spośród tych oznaczonych w rejestrze TERYT jako wskazujące na lokale faktycznie zamieszkałe. Próba będzie powiązowana po 5 gospodarstw (5 odrębnych adresów) wylosowanych w ramach jednego rejonu statystycznego. Warstwowanie próby uwzględni podział na województwa, klasy wielkości miejscowości oraz wielkość gospodarstwa domowego. Ten ostatni warunek zostanie spełniony poprzez wyróżnienie na poziomie poszczególnych wiązek struktury gospodarstw jedno- i wieloosobowych. Struktura ta (liczba gospodarstw jednoosobowych i wieloosobowych) dotyczy konkretnej wiązki badawczej i nie podlega bilansowaniu w szerszych obszarach. Zamawiający wylosuje po jednym adresie na każde przewidziane do realizacji gospodarstwo domowe, co oznacza brak próby rezerwowej w badaniu. W przypadku uzasadnionej niemożności zrealizowania badania pod wskazanym adresem ankieter użyje techniki random route. Jej ścisła instrukcja zostanie przekazana przez Zamawiającego Wykonawcy. W skrócie: ankieter w przypadku niemożności zrealizowania wywiadu pod wskazanym adresem (błąd adresu, lokal nieprzeznaczony do celów mieszkaniowych, kategoryczna odmowa udziału w

badaniu, braku odbiornika TV w gospodarstwie, niezgodność liczby osób w gospodarstwie z kwotami wskazanymi w formularzu doboru) przystąpi do próby zrealizowania badania a kolejnym gospodarstwie w sąsiednim mieszkaniu w bloku (kamienicy) kierując się rosnącymi numerami mieszkań, a w zabudowie jednorodzinnej kierując się regułą prawej ręki (po wyjściu z budynku stojąc plecami do niego ankieter wybiera kolejny, najbliższy budynek znajdujący się po jego prawej stronie).

- 6.5.2. Sposób doboru gospodarstwa domowego do badania: Ankieter podejmie min. 3 próby kontaktu z osobami zamieszkałymi pod wskazanym adresem. Próby te muszą być dokumentowane poprzez zapisanie daty i godziny próby kontaktu i ewentualnej przyczyny niezrealizowania wywiadu oraz zdjęcia budynku i drzwi wylosowanego mieszkania i zanotowanie pozycji GPS. Ankieter na wstępie upewnia się, że gospodarstwo „jest telewizyjne”. W przypadku zidentyfikowania wielu gospodarstw domowych pod wskazanym adresem ankieter losuje jedno z nich. Ankietera obowiązuje podjęcie min. 3 prób kontaktu z wylosowanym gospodarstwem domowym, o różnych porach dnia, w różne dni tygodnia (w tym dzień weekendowy) oraz w różnych tygodniach. W przypadku definitywnego stwierdzenia niemożności wykonania badania pod wskazanym adresem liczba prób kontaktów może być mniejsza. Użycie techniki random route w celu rekrutacji innego gospodarstwa domowego jest dozwolone jedynie po wyczerpaniu możliwości doboru wskazanego gospodarstwa. W ramach dobranego do badania gospodarstwa ankieter wybierze spośród jego członków jako respondenta osobę pełnoletnią i zorientowaną w sprawach technologii odbioru mediów. W szczególnych przypadkach dopuszcza się wsparcie respondenta przez osoby niepełnoletnie, zorientowane technologicznie bądź analogiczne osoby spoza gospodarstwa domowego. (Takie sytuacje powinny być raportowane).
7. Zamawiający przygotuje wstępną wersję kwestionariusza do badania ilościowego. Kwestionariusz będzie wymagał dostosowania pod kątem spójności z wiedzą zgromadzoną po realizacji eksploracyjnej części jakościowej. Wstępna wersja kwestionariusza przekazana zostanie w formacie Word i przesłana drogą mailową do Wykonawcy, który na jego podstawie przygotuje ankietę w wersji Word i elektronicznej (skrypt).
8. Średnia długość wywiadu estymowana jest na 40 min.
9. Do zadań po stronie Wykonawcy badania ilościowego należy:
 - 9.1. współpraca z Wykonawcą przy tworzeniu kwestionariusza (uzupełnienie/ dostosowanie kwestionariusza z uwzględnieniem elementów wypracowanych po zakończeniu realizacji eksploracyjnej części jakościowej),
 - 9.2. przygotowanie skryptu,
 - 9.3. rekrutacja i realizacja wywiadów z respondentami,
 - 9.4. codzienne udostępnianie sptywów z realizacji w formie podglądu online na platformie do kontroli realizacji badania,
 - 9.5. kontrola realizacji wywiadów terenowa na poziomie 10%, natomiast kontrola merytoryczna na poziomie 100%,
 - 9.6. analiza danych i raportowanie wg. ustalonych z Zamawiającym Założeń.
10. W wyniku badania ilościowego, zostaną Wykonawcy dostarczone:
 - 10.1. zbiorczy raport w języku polskim w ppt,
 - 10.2. tabele zbiorcze w formacie xls prezentujące rozkłady odpowiedzi w rozbiciu na cechy społeczno-demograficzne i inne zmienne wskazane przez Zamawiającego,
 - 10.3. baza danych wraz z labelkami z ankiety w formacie SPSS,
 - 10.4. prezentacją wyników w siedzibie Zamawiającego w formie warsztatowej.
11. W ramach realizacji badania Wykonawca uzyska upoważnienia na ponowny kontakt telefoniczny w celu realizacji **kontroli** przez Wykonawcę i Zamawiającego. Zamawiający wymaga od Wykonawcy uzyskania kontaktów (bezpośredniego numeru telefonu do respondenta/respondentów z danego gospodarstwa domowego) w min. 30% gospodarstw domowych, które wzięły udział w badaniu.

12. **ETAP III: Jakościowe badanie konceptu** w formule laboratorium konceptu we wskazanej przez zamawiającego formie.
 - 12.1. Realizowane metodą **zogniskowanych wywiadów grupowych online (FGI online)**, na wybranych grupach widzów z określonym dostępem do telewizji. W podziale na homogeniczne grupy posiadaczy:
 - 12.1.1. telewizorów tylko z dostępem do NTC – 2 FGI (5 uczestników jednego spotkania)
 - 12.1.2. telewizorów z dostępem do NTC i telewizji satelitarnej i kablowej – 2 FGI (5 uczestników jednego spotkania)
 - 12.1.3. telewizorów tylko z dostępem do telewizji satelitarnej i kablowej – 2 FGI (5 uczestników jednego spotkania)
13. W ramach FGI online weryfikacji poddane będą kluczowe aspekty koncepcji komunikacyjnej jak:
 - 13.1. język narracji i jego dopasowanie do widza
 - 13.2. atrakcyjność przekazu z perspektywy różnych pod względem rodzaju dostępu do sygnału widzów
 - 13.3. perswazyjność przekazu, dla każdego z typów widzów
 - 13.4. tonalność przekazu
 - 13.5. zrozumiałość, dla każdego z różnych pod względem rodzaju dostępu do sygnału widzów
 - 13.6. benefity dla każdego z typów widzów
14. FGI zostaną przeprowadzone za pomocą jednej z dostępnych platform internetowych do prowadzenia spotkań grupowych nie wymagających instalacji specjalnego oprogramowania.
15. FGI prowadzone będą w formie laboratorium konceptu tj. po każdej zrealizowanej grupie koncept będzie ulepszany i w nowej wersji prezentowany na kolejnej grupie.
16. Po ostatniej grupie koncept ma być dopracowany tak, aby był gotowy do dalszych prac produkcyjnych.
17. Podgląd dla Zamawiającego będzie umożliwiał stały i bieżący kontakt z osobą prowadzącą spotkanie – moderatorem.
18. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wprowadzenia nieznacznych zmian w procesie w zależności od wyników poszczególnych etapów badania.
19. Do zadań po stronie Wykonawcy badania jakościowego należy:
 - 19.1. Opracowanie kwestionariusza rekrutacyjnego do badania i uzyskanie akceptacji co do założeń od Zamawiającego
 - 19.2. Rekrutacja odpowiednich rozmówców / widzów zgodnie z przyjętymi założeniami
 - 19.3. Kontrola poprawności rekrutacji rozmówców / widzów do poszczególnych etapów badania jakościowego
 - 19.4. Przeprowadzenie BBD i FGI online zgodnie ze scenariuszem dostarczonym przez Zamawiającego
 - 19.5. Analiza materiału i raportowanie wg. Ustalonych z Zamawiającym Założeń
20. Jakościowe badanie konceptu zakończone zostanie:
 - 20.1. zbiorczym raportem z obydwu części badania wraz z cytatami z wypowiedzi widzów w podziale na poszczególne źródła odbieranego sygnału,
 - 20.2. krótkim filmem wideo pokazującym najważniejsze insight płynące z badania dla każdej z grup widzów zróżnicowanych pod kątem źródła odbieranego sygnału,
 - 20.3. prezentacją wyników w siedzibie Zamawiającego w formie warsztatowej,
 - 20.4. przygotowaniem wskazówek i wytycznych do kwestionariusza ilościowego do drugiego etapu badania.

IV. Przygotowanie i przeszkolenie ankierów / rekruterów:

1. Zamawiający wymaga od Wykonawcy, aby wszyscy ankierzy realizujący badanie byli zrekrutowani, wyselekcjonowani i przeszkoleni do realizacji badania wymagającego biegłości technologicznej koniecznej do przeprowadzenia Pantry Check.

2. Zamawiający wymaga od Wykonawcy, aby wszyscy ankieterzy realizujący badanie byli zrekrutowani, wyselekcjonowani i przeszkoleni do realizacji badania na próbach losowych.
3. Rekomenduje się posiadanie sieci ogólnopolskiej liczącej co najmniej 50 ankieterów/rekruterów o niezbędnych kompetencjach.
4. Wymaga się zaangażowania ankieterów/rekruterów o wysokich kompetencjach interpersonalnych i sprzedażowych oraz ich bardzo dobrego przygotowania do realizacji projektu wymagającego wiedzy odnośnie technologii związanych z konsumpcją mediów.
5. Ankieterzy/rekruterzy powinni odznaczać się:
 - 5.1. pozytywnym nastawieniem do metodologii Projektu, badań mediów,
 - 5.2. wysokim zaangażowaniem, terminowością i sumiennością,
 - 5.3. łatwością nawiązywania kontaktów,
 - 5.4. umiejętnościami przełamywania barier, rozwiewania wątpliwości, łatwością mówienia zrozumiale o kwestiach metodologicznych i technicznych,
 - 5.5. nieposzlakowaną opinią (żaden z ankieterów/rekruterów nie może być osobą karaną), kulturą osobistą, schludnym wyglądem,
 - 5.6. Projekt mogą realizować tylko przeszkoleni ankieterzy/rekruterzy.
 - 5.6.1. Wykonawca przygotowuje szkolenie, materiały szkoleniowe i instrukcje dla ankieterów/rekruterów zaś samo szkolenie przeprowadzi Wykonawca, zapewniając Zamawiającemu możliwość udziału. Wykonawca powinien założyć, że liczba szkoleń będzie zależała od potrzeb – koniecznością przeszkolenia nowych osób lub doszkalania obecnych ankieterów.
 - 5.6.2. Zamawiający przekaze niezbędne informacje merytoryczne i techniczne, dokona weryfikacji i akceptacji materiałów przygotowanych przez Wykonawcę przed ich przekazaniem ankieterom/rekruterom.
 - 5.6.3. W szkoleniach ankieterów będą brać udział przedstawiciele Zamawiającego. Szkolenie zostanie przeprowadzone zgodnie z zaleceniami Zamawiającego. Wykonawca powiadomi Zamawiającego o terminie szkolenia co najmniej 5 dni przed jego planowanym terminem realizacji.
 - 5.6.4. Każdorazowo Wykonawca będzie nagrywał szkolenie oraz sporządził listę uczestników szkolenia.
 - 5.6.5. Ankieterzy przed rozpoczęciem pracy przejdą testy u Zamawiającego kwalifikujące do realizacji Projektu.
- 5.7. Wykonawca, przed startem realizacji badania, przekaze zamawiającemu do akceptacji biogramy ankieterów wraz z opisem ich kwalifikacji (doświadczenia i kompetencji).
- 5.8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do rezygnacji z usług danego ankietera w przypadku negatywnej oceny jakości jego pracy lub/i rażącego zaniedbań lub/i działania na szkodę Zamawiającego. W takim wypadku Wykonawca jest zobowiązany do natychmiastowego odsunięcia wskazanego ankietera od realizacji projektu oraz znalezienia zastępstwa na jego miejsce z wymaganymi przez Zamawiającego kwalifikacjami.

V. Przygotowanie techniczne

Zamawiający wymaga od Wykonawcy posiadania sprzętu i infrastruktury pozwalającej mu na wykonywanie zamówienia uszczerbku na jakości uzyskiwanych danych „w terenie”.

W szczególności dotyczy to: wyposażenia w moduł GPS/aGPS i aparat fotograficzny urządzeń mobilnych (tabletów, telefonów komórkowych); połączenia do Internetu mobilnego laptopów/tabletów na których prowadzony jest wywiad; gwarancji jakości i prędkości transferu danych; odpowiedniej wielkości pamięci operacyjnej i masowej; kart graficznych i dźwiękowych; pojemności i żywotności baterii; odpowiedniej wielkości ekranów, wyposażenia urządzeń w niezbędne oprogramowanie; posiadania aktualnych i niezbędnych licencji.

VI. Kontrola jakości

1. Wszystkie wizyty ankieterów/ rekruterów oraz kontaktów telefonicznych z mieszkańcami danego punktu realizacyjnego muszą być dokumentowane oraz na bieżąco raportowane (Rejestr Kontaktów).

2. Rejestr Kontaktów będzie zawierał w szczególności:
 - 2.1. identyfikator punktu realizacyjnego (numer nadawany przez Zamawiającego w przekazywanej próbie),
 - 2.2. identyfikator osoby inicjującej kontakt po stronie Wykonawcy,
 - 2.3. datę kontaktu (dzień-miesiąc-rok),
 - 2.4. czas kontaktu (godzina: minuty: sekundy),
 - 2.5. adres kontaktu; w szczególności pełen faktyczny adres zrealizowania wywiadu
 - 2.6. koordynaty GPS (określanych przez systemowo wbudowany moduł do urządzeń mobilnych),
 - 2.7. zdjęcia punktu adresowego (budynku i drzwi wejściowych mieszkania).
3. Wykonawca na bieżąco będzie realizował kontrolę (terenową i nie terenową) jakości pracy ankieterów. Zamawiający wymaga od Wykonawcy losowej kontroli terenowej na poziomie min. 10% wywiadów w cyklu tygodniowym oraz raportów z kontroli (min. ze wskazaniem nieprawidłowości i podjętych kroków w celu ich usunięcia).
4. Zamawiający przeprowadzi kontrolę terenową na poziomie do 30% oraz merytoryczną na poziomie 100% zrealizowanej próby.
5. Zamawiający skontaktuje się z 5%-20% gospodarstw z próby, które odmówiły wzięcia udziału w Badaniu gotowości gospodarstw domowych do odbioru sygnału telewizyjnego w nowym standardzie DVB-T2/HEVC realizowanym na próbie losowej.
6. Wobec zastosowania do doboru próby rezerwowej techniki Random Route Zamawiający podda analizie 100% danych dotyczących dokumentacji realizacji metody, w szczególności:
 - 6.1. prawidłowość podjęcia decyzji o użyciu próby rezerwowej
 - 6.2. zgodność poruszania się w terenie ze wskazaniem instrukcji
 - 6.3. adresy i koordynaty GPS punktu wskazanego i miejsca faktycznej realizacji badania

VII. Efektywna realizacja zadań Wykonawcy

1. Wywiady realizowane w ramach trzech etapów badania gotowości gospodarstw domowych do odbioru sygnału telewizyjnego w nowym standardzie zostaną uznane za wykonane, gdy:
 - 1.1. Zostanie zmoderowane forum Bulletin Board Discussion z nie mniej niż 36 aktywnie uczestniczącymi widzami
 - 1.2. Zostanie zmoderowane 6 FGI a z obydwu części powstanie zbiorczy raport wraz z wnioskami i rekomendacjami
 - 1.3. Zostanie wypełniony kwestionariusz o gospodarstwie domowym - zrealizowany wywiad z liderem technologicznym gospodarstwa (urządzenia i usługi mediowe wykorzystywane przez gospodarstwo domowe), oraz wyraźne zdjęcia zawierające nazwę modelu telewizora
 - 1.4. Zostanie przeprowadzony Pantry Check – tj.: charakterystykę wyposażenia i używania sprzętu do odbioru telewizji wraz infrastrukturą antenowo informatyczną w gospodarstwie domowym. Spis uwzględnia, wszystkie telewizory w gospodarstwie domowym (również odbiorniki, które nie służą bezpośrednio do odbioru telewizji) wraz z ich infrastrukturą uwzględniającą, podłączenie do Internetu, dekodery, rodzaj anteny telewizyjnej i sposób podłączenia anteny NTC do telewizora (przez dekoder DVB-T2, przez inny dekoder, a także podłączenie telewizora do Internetu, bez względu na rodzaj połączenia)
 - 1.5. Zostanie uzyskany pozytywny wynik kontroli sposobu realizacji próby i jakości danych przeprowadzony przez Zamawiającego,
 - 1.6. Powstanie dedykowany raport wraz z wnioskami i rekomendacjami uwzględniający zintegrowane dane dotyczące widzów korzystających z NTC z innego badania przeprowadzonego przez Krajowy Instytut Mediów (Dane z KIM przekazane w formie zbioru SPSS)
 - 1.7. Zostanie zmoderowane 6 FGI poświęconych aktywnej pracy nad konceptem komunikacyjnym efektem czego będzie wypracowanie finalnej wersji konceptu