

Zapytanie ofertowe

na przeprowadzenie badania kompetencji i potrzeb polskich przedsiębiorstw usługowych w zakresie wdrażania nowego projektu usługi oraz efektywności projektowania usług w ramach realizacji zadań projektu „Zaprojektuj Swój Zysk”

1. Informacje o Zamawiającym

Instytut Wzornictwa Przemysłowego Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Świętojerska 5/7 (zwany dalej IWP) ma 50-letnie doświadczenie w obszarze upowszechniania wzornictwa i rozwoju nowego produktu. Jest ekspertem i strategicznym doradcą dla przedsiębiorstw, projektantów wzornictwa oraz administracji publicznej w zakresie budowania przewagi konkurencyjnej opartej na wzornictwie przemysłowym. Prowadzi działalność na rzecz stymulowania – poprzez wzornictwo – innowacyjności i konkurencyjności polskich produktów, oraz świadczy usługi o charakterze proinnowacyjnym (doradcze, informacyjne, szkoleniowe i sieciowe) dla przedsiębiorstw, instytucji i samorządów.

Są to m.in. projekty badawcze w zakresie wzornictwa i ergonomii, doradztwo w zakresie przygotowania i wdrożenia nowych produktów, szkolenia dla przedsiębiorców, studia podyplomowe dla kadry zarządzającej, konkursy na wyłonienie dostawców usług projektowych, promocja innowacyjnych produktów i dobrych praktyk w postaci wystaw i konkursów.

2. Informacja o projekcie

IWP realizuje kluczowy projekt „Poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez wzornictwo (innowacja procesowa i produktowa, marketingowa)”, którego skrócona nazwa brzmi „Zaprojektuj Swój Zysk” (ZSZ). Program jest realizowany w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013.

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 (PO IG) to jeden z 6 programów krajowych Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, który finansowany jest ze środków europejskich. Jest to program skierowany przede wszystkim do przedsiębiorców, którzy zamierzają realizować innowacyjne projekty, związane z badaniami i rozwojem, nowoczesnymi technologiami, inwestycjami o dużym znaczeniu dla gospodarki lub wdrażaniem i stosowaniem technologii informacyjnych i komunikacyjnych.

Program „Zaprojektuj Swój Zysk” jest programem trzyletnim (01/09/2008 - 30/12/2011). Realizowany jest zgodnie z osią priorytetową 5 – Dyfuzja innowacji, zgodnie z działaniem 5.2., mającym na celu wspieranie instytucji otoczenia biznesu (IWP) świadczącej usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym.

W ramach projektu przeprowadzone zostaną badania kompetencji i potrzeb przedsiębiorstw w obszarze wdrażania nowych produktów wzorniczych oraz badania efektywności wzornictwa.

3. Przedmiot zapytania ofertowego

Przeprowadzenie badania przedsiębiorstw i projektantów z wykorzystaniem kwestionariuszy opracowanych w ramach projektu ZSZ przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego Sp. z o.o. Badanie jest kolejnym produktem projektu „Zaprojektuj Swój Zysk”.

3.1. Uzasadnienie tematu

Szybki rozwój usług jest w zasadzie wskaźnikiem zasadniczych zmian w strukturze produkcyjno-konsumpcyjnej społeczeństw. Zwłaszcza na gruncie technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych wyraźnie widoczny jest postępujący proces wzrostu wartości, który manifestuje się między innymi bardziej intensywnym podziałem zadań oraz wyższym stopniem wyspecjalizowania.

W ostatnich latach wzrosło znaczenie sektora usług w Europie. W Wielkiej Brytanii 80% zatrudnionych pracuje w sektorze usług. Więcej niż dwóch na trzech Europejczyków zatrudnionych jest w usługach, a w wyniku rozwoju tego sektora rośnie PKB europejskiej gospodarki. W siedemdziesięciu procentach wzrost wartości PKB w Europie (w 2008 r.) jest wynikiem ekspansji sektora usług. Ta tendencja utrzyma się prawdopodobnie przez wiele następnych lat, co zawdzięczamy m.in. wzrostowi zamożności ekonomicznej społeczeństwa, rozwojowi popytu na nowe usługi, wzrostowi przeciętnej długości życia ludzi oraz rozwojowi technologicznemu.

Choć wzrost znaczenia gospodarki usługowej jest wyraźnie widoczny dla konsumentów i ekonomistów, nie podejmuje się wyraźnych inicjatyw w celu zwiększenia efektywności sektora usług. W porównaniu do sektora wytwórczego, usługi wykazują o połowę niższą efektywność. Można przypuszczać, że swobodna ewolucja usług była znacznie słabszym motorem wzrostu efektywności gospodarowania w tym sektorze, niż rozwój przedsiębiorstw produkcyjnych, gdzie wzornictwo i projektowanie w biznesie są dość powszechne.

Dlaczego więc należy usługi projektować? Produktywność usług to podstawowy cel ich projektowania. Produktywność, która opiera się nie tylko na efektywności i wydajności (kluczowych dla przedsiębiorcy), ale mająca na uwadze usługobiorcę, dla którego istotna jest użyteczność, przydatność i atrakcyjność oferowanej usługi.

3.2. Problem badawczy

Kluczowym problemem, z którym zmierzy się badanie, jest kwestia, czy i na ile przedsiębiorcy sektora usługowego wykorzystują wzornictwo (projektowanie) w działalności gospodarczej oraz jakie to przynosi rezultaty.

3.3. Zakresy badania

Zakres przedmiotowy

Badanie obejmuje w swym przedmiocie dwa zagadnienia: kwestię kompetencji wzorniczych przedsiębiorstw z sektora usług oraz efektywność ekonomiczną (za)stosowania wzornictwa w przedsiębiorstwach usługowych.

I. Badanie kompetencji i potrzeb przedsiębiorstw w zakresie projektowania i wdrażania nowych projektów wzorniczych - usług

Szeroko rozumiana kategoria kompetencji przyjmuje w badaniu następujące oblicza:

1. Pozytywne (np. zakres wiedzy) albo negatywne (np. czego nie wiedzą) – brak kompetencji;
2. Obszary kompetencji, tj.
 - a. wiedza,
 - b. umiejętności,
 - c. doświadczenia,
 - d. kapitał relacji biznesowych – sieć współpracowników, klientów i innych interesariuszy,
 - e. dostęp do zewnętrznych zasobów (kompetencji);
3. Potrzeby przedsiębiorstw usługowych w zakresie projektowania i wdrażania nowych projektów wzorniczych określone będą poprzez wskazanie luk kompetencyjnych firm (rozumianych jak w pkt.2) oraz innych czynników od nich niezależnych (m.in. bariery).

Badanie przeprowadzone będzie w dwóch wariantach:

Wariant A to kwestionariusz wywiadu do przeprowadzenia z przedstawicielem firmy usługowej (Usługodawcą, Ud),

Wariant B służy do wywiadu z Profesjonalnym Projektantem Usługowym (PPU).

Więcej informacji znajduje się w 4 części zapytania „zakres usługi / etapy badania”.

Przygotowanie dwóch wariantów wywiadów powodowane było nie tylko potrzebą pozyskania wiedzy na temat badanych grup podmiotów, ale również potrzebą dokonania analizy porównawczej badanych kwestii z dwóch różnych perspektyw. Skonfrontowane w nich zostaną stanowiska firm usługowych.

II. Badanie efektywności wzornictwa w przedsiębiorstwach usługowych

Drugim przedmiotem badania jest kwestia efektywności wykorzystania wzornictwa / dizajnu przez firmy usługowe. Badanie efektywności wzornictwa może być przeprowadzone zarówno jako jednoetapowe (wyższy koszt dotarcia) lub jako drugi etap badania dot. kompetencji i potrzeb wzorniczych, gdzie firma usługowa spełniłaby kryterium minimalnego zastosowania funkcji wzorniczej w zarządzaniu.

Kwestionariusz dla firm usługowych został przygotowany tak, aby badacz, po przeprowadzeniu badania dotyczącego kompetencji i potrzeb w zakresie projektowania usług, mógł podjąć merytoryczną decyzję czy respondent kwalifikuje się do przeprowadzenia części drugiej badania – badania efektywności wzornictwa.

Do określenia efektywności zastosowania wzornictwa w działalności gospodarczej przez firmy usługowe posłużą – wprost lub pośrednio - Kluczowe Wskaźniki Efektywności – wskaźniki dające możliwość sprawdzania postępu lub działalności przedsiębiorstwa, poprzez kontrolę (sprawdzanie) czy założone cele (ekonomiczne, marketingowe i inne) przy wdrażaniu rozwiązań projektowych (wzornictwa) zostały przez firmy osiągnięte.

Wskaźniki: efektywność (ekonomiczna), produktywność oraz wydajność.

Zakres przestrzenny

Badanie odbędzie się w granicach Polski, proporcjonalnie, odpowiednio do zastosowanego podziału administracyjnego kraju lub podziału GUS.

3.4. Cele badania

Cel ogólnopoznawczy

Rozpoznanie i opis poziomu kompetencji w zakresie projektowania i wdrażania rozwiązań wzorniczych w usługach, z perspektywy organizacji usługowych oraz pracujących na ich zlecenie projektantów (PPU). Przedstawione zostaną również efekty ich wspólnych wysiłków oraz okoliczności wpływających na uzyskiwane przez nich rezultaty.

Cel diagnostyczny

Wykazanie, jak przebiega recepcja wzornictwa w usługach i poznanie okoliczności związanych z jego tworzeniem w usługach.

Cel metodyczno-pragmatyczny

Opracowanie metody systematycznego i pełnego wdrażania programu zarządzania przez wzornictwo, zarządzania wzorniczego w usługach oraz wypracowanie odpowiednich procedur projektowania usług.

3.5. Hipotezy badania

Hipoteza główna

H0: Zastosowanie wzornictwa w przedsiębiorstwach usługowych prowadzi do wzrostu efektywności ich działalności gospodarczej.

Hipotezy pomocnicze

H1: Wzornictwo w usługach prowadzi do wzrostu produktywności.

H2: Produktywność działalności usługowej oznacza maksymalizację jej efektywności i wydajności, przy uwzględnieniu danej (założeniu określonej) użyteczności, przydatności i atrakcyjności usługi, zoptymalizowanej dla klienta (Usługobiorcy, Ub)

H3: Warunkiem sine qua non do efektywności projektowania i wdrażania rozwiązań wzorniczych w usługach jest posiadanie kompetencji Profesjonalnego Projektanta Usług w ramach zespołu projektowego oraz posiadanie przez jego członków kompetencji relacyjnych (umiejętności partnerskiej współpracy).

3.6. Metoda badawcza

Badanie ilościowe z wykorzystaniem kwestionariuszy opracowanych przez IWP.

Przeprowadzone zostaną dwa badania. Zasadniczo, badania te można potraktować jako operacyjnie niezależne. Pierwsze badanie dotyczyć będzie firm usługowych, natomiast drugie - projektantów usług. W tym celu opracowano 2 różne kwestionariusze.

Zakłada się wykonanie badania techniką wywiadu kwestionariuszowego o charakterze bezpośrednim - technika CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing). Wybrana technika badania jest wskazana ze względu na dużą złożoność narzędzia badawczego, wielowątkowość problematyki realizowanego badania oraz jakość doboru respondentów i wypełniania kwestionariuszy. Bezpośrednie spotkanie badającego z respondentem pozwoli na pełniejszą ocenę przesłanek, co do kwalifikacji respondenta do drugiej części badania lub jej braku.

Próba do badania firm usługowych wynosi minimum 224, natomiast wielkość próby w badaniu projektantów usług, ze względu na przewidywane trudności uzyskania dostępu i woli udziału respondentów w badaniu, wynosi minimum 50 respondentów.

Więcej informacji znajduje się w 4 części zapytania „zakres usługi / etapy badania”.

4. Zakres usługi / etapy badania

4.1. Badanie przedsiębiorstw usługowych

Etap 1: Wyselekcjonowanie firm usługowych do badania

Zakłada się, że firmy będą reprezentować poniższe branże - optymalnie po 32 firmy z każdej z siedmiu poniższych kategorii firm usługowych:

1. usługi finansowe,
2. usługi marketingowe,
3. usługi informatyczne,
4. usługi ogólnospołeczne,
5. usługi informacyjne,
6. usługi kulturalne,
7. usługi non-for-profit.

Łącznie będzie to grupa 224 firm.

Dopuszcza się możliwość niewielkich przesunięć w ramach prób branżowych. Jednakże 30 to dolna granica przebadanych firm na branżę (zakładane minimum), a łączna wielkość próby całkowitej to 224 firmy.

Badania firm usługowych nie obejmą firm mikro, zatrudniających mniej niż 10 pracowników¹.

Rozkład geograficzny reprezentowanej próby ma znaczenie drugoplanowe wobec odpowiedniej reprezentatywności branżowej podmiotów w badaniu. Ważna jest możliwość porównywania wyników pomiędzy branżami. Zróżnicowanie wyników (wnioskowanie) w podziale geograficznym jest nieistotne z perspektywy celów badania i nie będzie brane pod uwagę.

¹ Zatrudnienie w firmie usługowej, interpretuje się jako liczbę osób na stałe pracujących dla danej organizacji usługowej. Chodzi zatem o firmy usługowe, gdzie pracuje 10+ osób.

Etap 2: Przeprowadzenie badań wśród firm usługowych, z uwzględnieniem ich danych własnych (metryczka) oraz możliwych notatek dodatkowych. Badanie dotyczące zarówno kompetencji i potrzeb w zakresie projektowania i wdrażania projektów wzorniczych, jak i efektywności wzornictwa.

Etap 3: Kodyfikacja danych z kwestionariuszy badania firm usługowych do postaci elektronicznej, umożliwiającej ich dalsze przetwarzanie oraz późniejszą analizę statystyczną.

4.2. Badanie profesjonalnych projektantów usług

Etap 1: Wyselekcjonowanie grupy Profesjonalnych Projektantów Usług (PPU) do badania Wytoczne kwalifikujące danego respondenta (PPU) do badania - respondent jest aktywnym zawodowo projektantem, posiadającym wykształcenie w zakresie wzornictwa (projektowania). Do PPU kwalifikują się zarówno projektanci niezależni (solo), jak i zespoły projektowe, biura, agencje, działające pod jedną firmą. Każda z tych form powinna być traktowana tak samo – z jednego biura odpowiada tylko jeden respondent. Nie można przeprowadzać wywiadu z innymi projektantami, wchodzącymi w skład tego samego zespołu.

Dany podmiot/ projektant zostanie uznany za PPU (i zakwalifikowany do badania), jeżeli:

1. Aktualnie współpracuje z organizacją usługową w zakresie projektowania usług lub miało to miejsce w przeciągu ostatniego półrocza.
2. Zrealizował w przeciągu ostatnich 2 lat co najmniej trzy projekty wzornicze dla usług.
3. Posiada osobiste doświadczenie we współpracy z firmą usługową - odbywał spotkania bezpośrednio z klientem (face-to-face).
4. Jest specjalistą projektowym w jednej z dziedzin pokrewnych projektowaniu usług, np. experience design, interface design, interactions design oraz posiada już dokonania w tym obszarze.

Wstępne wyselekcjonowanie grupy respondentów mogłoby się odbyć poprzez kwerendę bazy danych projektantów IWP, pt. Słownik Projektantów Polskich (SPP), który zawiera 240 rekordów danych - aktualne informacje na temat 240 projektantów wzornictwa.

Przebadanych zostanie minimum 50 projektantów usług.

Etap 2: Przeprowadzenie badań wśród projektantów usług, z uwzględnieniem ich danych własnych (metryczka) oraz możliwych notatek dodatkowych.

Etap 3: Kodyfikacja danych z kwestionariuszy badania projektantów usług do postaci elektronicznej, umożliwiającej ich dalsze przetwarzanie oraz późniejszą analizę statystyczną.

4.3. Opracowanie raportu

Opracowanie wyników badań w formie raportu zawierającego główne wnioski. W raporcie obok informacji dotyczących próby badawczej, metody badania, charakterystyki badanych firm uwzględniającej takie cechy, jak branża, wielkość zatrudnienia, a także wiek firmy, należy omówić wyniki badań firm usługowych i projektantów usług oraz przedstawić je w formie graficznej z uwzględnieniem następujących podziałów:

- wg kategorii firm (ujęcie branżowe),
- wg projektantów usług.

Wyniki badania zostaną opracowane w trzech częściach:

1. Wnioski dla danych z odpowiedzi firm,
2. Wnioski dla danych od PPU oraz
3. Opracowanie wniosków z konfrontacji odpowiedzi firm i PPU (odpowiedzi na takie same lub kompatybilne pytania).

Opracowanie innych wniosków i wyłaniających się z badania kwestii.

5. Tryb składania ofert

Tryb składania ofert oraz wybór najkorzystniejszej nie odbywa się na podstawie Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. nr 223, poz. 1655 z późn. zm.).

Postępowanie prowadzone jest zgodnie z zasadami konkurencyjności. Zamówienie zostanie udzielone na podstawie obiektywnych kryteriów, zapewniających zgodność z zasadami przejrzystości, niedyskryminacji, równego traktowania oraz gwarantujących, że oferty zostaną ocenione w warunkach efektywnej konkurencji. W tym celu opracowano kryteria ekonomiczne i jakościowe, które potraktowane łącznie umożliwią wyłonienie oferty najkorzystniejszej dla IWP.

6. Terminy

	Termin
Składanie ofert	do dnia 7 czerwca 2010 roku do godz. 16:00
Ogłoszenie wyniku*	11 czerwca 2010 roku
Podpisanie umowy	14 czerwca 2010 roku
Realizacja usługi	najpóźniej do dnia 30 lipca 2010 roku

* Zamawiający ogłosi wybór Wykonawcy na stronie internetowej IWP (www.iwp.com.pl) oraz umieści informację na tablicy informacyjnej w siedzibie IWP.

8. Kryteria wyboru oferty

8.1. Wymogi formalne

1. Oferta powinna zawierać:
 - a. Nazwę i adres oferenta;
 - b. Dane kontaktowe (imię i nazwisko, mail, numer telefonu) osoby oddelegowanej do kontaktów z IWP, która będzie posiadać odpowiednie upoważnienia do prowadzenia negocjacji oraz ustaleń w zakresie objętym przedmiotem zamówienia i umowy;
 - c. Oryginał lub kopię poświadczoną za zgodność z oryginałem odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego lub zaświadczenia o wpisie do Ewidencji Działalności Gospodarczej;
 - d. Kosztorys wykonania usługi:
 - obowiązkowo wycena dla metody CAPI (dopuszczalne jest podanie wyceny także dla innej metody badania w przypadku, gdy Wykonawca uzasadni jej polecenie),
 - ceny netto i brutto z uwzględnieniem odrębnej wyceny każdego elementu oferty;
 - e. Termin realizacji usługi – ilość dni;
 - f. Termin płatności – ilość dni;
 - g. Opis doświadczenia Wykonawcy – lista realizacji wyłącznie w obszarze badawczym dotyczącym niniejszego zapytania ofertowego;
 - h. Referencje wyłącznie w obszarze badawczym dotyczącym niniejszego zapytania ofertowego (wymóg nieobligatoryjny, ale mający dodatni wpływ na ocenę oferty).

- i. Oświadczenie Wykonawcy, iż spełnia następujące warunki:
 - posiada uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień,
 - posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie konieczne do wykonania zamówienia,
 - znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
2. Oferta powinna zostać sporządzona na papierze firmowym oferenta lub opatrzona pieczętą firmową, mieć datę sporządzenia i podpis oferenta.
3. Oferta powinna być dostarczona pocztą, kurierem lub bezpośrednio do IWP Sp. z o.o. Wcześniej może zostać dostarczona pocztą internetową na adres wskazany poniżej.
4. Złożenie oferty przez Wykonawcę jest tożsame z:
 - a. Akceptacją warunków opisanych w zapytaniu ofertowym (zakres realizacji zlecenia);
 - b. Zobowiązaniem się do podpisania z IWP w podanym terminie umowy, stanowiącej załącznik do niniejszego zapytania ofertowego;
 - c. Akceptacją faktu, że zebrane podczas badania dane, pliki i raporty będą stanowić własność IWP.
5. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych jednak zastrzega sobie możliwość (w przypadku ofert niezgodnych z wytycznymi lub niegwarantujących w sposób kompleksowy zapewnienia najwyższej jakości usługi) wyboru tylko niektórych elementów usługi.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do:
 - a. Zmiany lub uzupełnienia treści zapytania;
 - b. Unieważnienia postępowania na każdym etapie bez podania przyczyn. Z tytułu unieważnienia postępowania wykonawcom nie przysługuje żadne roszczenie w stosunku do Zamawiającego;
 - c. Wezwania Wykonawcy, w przypadku stwierdzenia uchybień formalnych w ofercie, do złożenia w określonym terminie, stosownych oświadczeń, wyjaśnień lub dokumentów;
 - d. Poprawy omyłek rachunkowych w obliczeniu ceny (za zgodą Wykonawcy);
 - e. Poprawy oczywistych omyłek pisarskich.
7. W przypadkach uzasadnionych specyfiką przedmiotu zamówienia, dopuszcza się przeprowadzenie dialogu z Wykonawcą, który złożył najkorzystniejszą ofertę.

8.2. Kryteria oceny ofert

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą, według kryteriów podanych poniżej:

Lp.	Kryterium	Waga
1.	Cena wykonania usługi	30%
2.	Doświadczenie w realizacji podobnych zleceń	55%
3.	Termin realizacji usługi	15%

9. Liczba wykonawców

Liczba wykonawców zaproszonych do składania ofert jest nieograniczona.

10. Kontakt

Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego, drogą elektroniczną lub telefoniczną (joanna_kepinska@iwp.com.pl, 22/ 860 04 73) o wyjaśnienia związane z przedmiotem zapytania ofertowego.

Zamawiający z Wykonawcami będzie porozumiewać się telefonicznie lub drogą elektroniczną.

Odpowiedzi na zapytanie ofertowe należy nadsyłać na adres:

Joanna Kępińska

Instytut Wzornictwa Przemysłowego Sp. z o.o.

ul. Świętojerska 5/7

00-236 Warszawa

Na kopercie należy dopisać „Oferta na badanie usług”.

11. Załączniki

Załącznik – Umowa