



ZAPROSZENIE DO ZŁOŻENIA OFERTY

na

„Badanie cen rynkowych usług rozwojowych – II edycja”

p/98/DRK/2021

I. ZAMAWIAJĄCY

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)
ul. Pańska 81/83, 00-834 Warszawa
REGON 017181095, NIP 526-25-01-444
www.parp.gov.pl

Osoba do kontaktów w sprawie ogłoszenia:

Dorota Piasecka
Biuro Zamówień Publicznych
Tel. 22 432 80 13
e-mail: bzu@parp.gov.pl

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia są prace analityczne i badawcze dotyczące oceny konkurencyjności cenowej usług oferowanych w Bazie Usług Rozwojowych (BUR), administrowanej przez PARP.
2. BUR to ogólnodostępna, bezpłatna baza ofert usług rozwojowych, tj. usług szkoleniowych¹ i doradczych², które mogą być oferowane w postaci np. szkoleń, doradztwa, coachingu, mentoringu, studiów podyplomowych. Usługi te są skierowane do przedsiębiorstw i ich pracowników, a także osób, które chcą podnosić kompetencje z własnej inicjatywy.
3. Od momentu jej powstania w BUR opublikowano około [550 tys.] usług rozwojowych (stan na dzień wszczęcia postępowania). Usługi prezentowane w BUR w przeważającej części objęte są możliwością dofinansowania ze środków EFS, w ramach tzw. Podmiotowych Systemów Finansowania usług dla przedsiębiorców w 14 województwach. Podmioty zarejestrowane i zweryfikowane przez PARP mogą być jedynymi dostawcami dofinansowywanych usług rozwojowych.

¹ Zgodnie z Regulaminem Bazy Usług Rozwojowych usługi szkoleniowe to usługi mające na celu nabycie, potwierdzenie lub wzrost wiedzy, umiejętności lub kompetencji społecznych usługobiorcy, w tym przygotowujące do uzyskania kwalifikacji lub pozwalające na jego rozwój. [Regulamin Bazy Usług Rozwojowych z dnia 17.05.2021 \(parp.gov.pl\)](http://regulamin.bazy.uslug.rozwojowych.pl)

² Zgodnie z Regulaminem Bazy Usług Rozwojowych usługi doradcze to usługi mające na celu nabycie, utrzymanie lub wzrost wiedzy, umiejętności lub kompetencji społecznych usługobiorcy lub pozwalające na jego rozwój.

4. Koncepcja funkcjonowania BUR opiera się na założeniach modelu popytowego. Przedsiębiorstwa (czy osoby podnoszące kompetencje z własnej inicjatywy) mają możliwość samodzielnego wyboru usługi rozwojowej oraz podmiotu, który tę usługę świadczy. Zakłada się, że mechanizm popytowy jest instrumentem weryfikującym atrakcyjność, w tym finansową, poszczególnych usług, zwłaszcza że przedsiębiorcy korzystając z dofinansowanych usług rozwojowych częściowo partycypują w ich kosztach. Mimo to, w ciągu kilku pierwszych lat funkcjonowania BUR zaobserwowano występowanie dość znacznego zróżnicowania cen usług rozwojowych opublikowanych w Bazie (świadczonych w podobnych formach i kategoriach tematycznych), a także przypadki korzystania przez przedsiębiorstwa z usług o cenach istotnie odbiegających od cen rynkowych. Skłoniło to PARP do przeprowadzenia w 2019 r. pierwszego badania cen rynkowych usług rozwojowych. Badanie było realizowane w okresie od października 2019 r. do marca 2020 r. Jego wyniki posłużyły do zaproponowania rozwiązań mających na celu przeciwdziałanie tego typu sytuacjom.
5. Niniejsze zamówienie dotyczy kolejnej, II edycji badania cen rynkowych usług rozwojowych. Realizacja badania wynika z potrzeby sprawowania kontroli nad efektywnością wydatkowania środków publicznych, a ponadto z konieczności aktualizacji wyników uzyskanych w I edycji badania, od której minął już ponad rok³. Zwłaszcza, że z informacji docierających z rynku wynika, że w branży szkoleniowej, podobnej jak i w całej gospodarce, następuje wzrost cen. Dodatkowo pandemia COVID-19 jest czynnikiem, który istotnie zaburzył dotychczasowy sposób świadczenia usług rozwojowych (przejście z usług stacjonarnych na zdalne), co nie mogło pozostać obojętne dla polityki cenowej usługodawców.
6. II edycja badania powinna zostać zrealizowana w sposób zapewniający porównywalność z wynikami jego I edycji.
7. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, a także warunki wykonania zamówienia zostały określone odpowiednio w załączniku nr 1 - Opis Przedmiotu Zamówienia (OPZ) i załączniku nr 2 - wzór umowy.
8. Przedmiot zamówienia określony został we Wspólnym Słowniku Zamówień kodem CPV: 79300000-7 - Badania rynkowe i ekonomiczne; ankietowanie i statystyka
9. Postępowanie prowadzone jest z wyłączeniem przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz.U.2021 r. poz. 1129).

III. TERMIN REALIZACJI

Zamówienie zostanie wykonane w terminie 18 tygodni od dnia zawarcia umowy, zastrzeżeniem § 16 ust. 2 pkt 3 wzoru umowy, z uwzględnieniem terminów wykonania poszczególnych etapów badania określonych w OPZ, na podstawie harmonogramu badania

³ Ponadto w analizach prowadzonych w ramach pierwszej edycji badania uwzględniano ceny usług publikowanych w Bazie od początku jej funkcjonowania.

przedstawionego przez Wykonawcę po zawarciu umowy i zaakceptowanego przez Zamawiającego.

Termin wskazany wyżej nie obejmuje terminu na zgłaszanie uwag i poprawek Zamawiającego, o których mowa w pkt. 5 OPZ.

IV. WARUNKI UDZIAŁU

1. O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który spełnia wymagania w zakresie zdolności technicznej lub zawodowej, tj.:
 - a) który w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał należycie 3 usługi o wartości łącznej przynajmniej 150 000 zł brutto (*w przypadku, gdy wartość umowy została określona w walucie innej niż złoty przeliczenie nastąpi wg średniego kursu złotego ogłoszonego przez Prezesa NBP i obowiązującego w dniu podpisania umowy na realizację usługi*), których przedmiotem było przeprowadzanie na ogólnokrajowych losowych próbach przedsiębiorstw badania typu Mystery Shopping (MS). Każda z tych usług obejmowała co najmniej 100 zrealizowanych MS i w każdej z nich opracowano wyniki badania i przygotowano raport;
 - b) dysponuje lub będzie dysponować osobami o odpowiednich kwalifikacjach zawodowych i doświadczeniu niezbędnych do prawidłowej realizacji zamówienia:
 - a) **kierownikiem projektu**, który:
 - w okresie ostatnich 5 lat przed upływem składania ofert pełnił funkcję kierownika w ramach 3 zakończonych projektach/usług, których elementem były badania ilościowe, przy czym:
 - przedmiot każdego z badań ilościowych dotyczył sektora przedsiębiorstw,
 - każde z badań przeprowadzono na ogólnokrajowej losowej próbie przedsiębiorstw nie mniejszej niż 200 respondentów,
 - w każdym projekcie wykonano analizę statystyczną danych ilościowych,
 - w każdym projekcie był autorem lub współautorem raportu z badań,
 - wartość przynajmniej jednego z projektów/usług wynosiła 100 000 zł;
 - b) **analitykiem danych statystycznych**, który:
 - w okresie ostatnich 5 lat przed upływem składania ofert brał udział w 3 zakończonych projektach/usługach, których elementem były badania ilościowe, przy czym:
 - każde z badań przeprowadzono na ogólnokrajowej losowej próbie nie mniejszej niż 1000 respondentów,
 - w każdym z badań był odpowiedzialny za przygotowanie narzędzi badawczych oraz schematów doboru prób,
 - w każdym z badań przeprowadził analizę statystyczną pozyskanych danych przy pomocy specjalistycznych programów do analizy statystycznej (np. SPSS, Statistica lub równoważny),

- w każdym z badań przeprowadził wielowymiarowe analizy statystyczne przy wykorzystaniu co najmniej dwóch z wymienionych metod analitycznych: analiza korelacji, analiza regresji, analiza czynnikowa, analiza skupień, skalowanie wielowymiarowe),
 - w każdym jest autorem lub współautorem raportu z badań;
- c) **ekspertem ds. badania tajemniczego klienta**, który:
- w okresie ostatnich 5 lat przed upływem składania ofert brał udział w co najmniej 3 zakończonych projektach/usługach, których elementem były badania przeprowadzone metodą mystery shopping na co najmniej 200 respondentach, przy czym:
 - w każdym z nich był odpowiedzialny za przygotowanie koncepcji badania MS,
 - w każdym z nich był odpowiedzialny za interpretację danych pochodzących z MS,
 - w każdym z nich jest autorem lub współautorem raportu z badań;
- Zamawiający nie dopuszcza możliwości łączenia funkcji kierownika projektu z funkcją eksperta.
2. Spełnienie warunku zostanie zweryfikowane na podstawie treści wykazów stanowiących załączniki do Formularza ofertowego (wykaz usług, wykaz osób).
 3. W przypadku niezłożenia wykazów wraz z ofertą lub wątpliwości co do treści wskazanych w wykazach, Zamawiający zwróci się do Wykonawcy o uzupełnienie/wyjaśnienie, przy czym uzupełnienie dokumentów ma charakter jednorazowy.

V. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami i ich znaczeniem oraz w następujący sposób będzie oceniać oferty w poszczególnych kryteriach:

L.p.	Kryterium	Liczba punktów
1.	Plan realizacji badania tajemniczego klienta (mystery shopping)	40
2.	Cena	60

2. W kryterium „**Plan realizacji badania tajemniczego klienta (mystery shopping)**” maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać Wykonawca wynosi 40. Wykonawca zawrze w ofercie plan realizacji badania tajemniczego klienta (mystery shopping), który będzie stanowił przedmiot oceny ofert. Jeśli oferta nie będzie zawierała tego planu, będzie podlegała odrzuceniu.

Plan realizacji badania tajemniczego klienta (mystery shopping) powinien dostarczyć Zamawiającemu odpowiedzi, w jaki sposób Wykonawca będzie realizował badanie mystery shopping i zawierać następujące elementy:

- a) wstępny harmonogram badania w formie wykresu GANTTA, uwzględniający:
 - Wykaz czynności/zadań/procesów, które Wykonawca zamierza podjąć w celu realizacji badania,
 - Przypisanie członków zespołu badawczego do poszczególnych czynności/zadań/procesów,
 - Wyodrębnienie kamieni milowych.
- b) opis działań, które Wykonawca zamierza prowadzić w ramach wykazanych w harmonogramie czynności/zadań/procesów. Opis powinien uwzględniać specyfikę realizowanego badania (mystery shopping) i związane z tym szczególne wymogi dotyczące doboru próby, organizacji badania i zapewnienia jego anonimowości względem podmiotów badanych, procedur kontrolnych, w tym weryfikacji prawidłowości realizacji badania i oceny wiarygodności uzyskanych wyników.

Ramowe oczekiwania dotyczące realizacji badania zostały zawarte w OPZ – powinny one stanowić dla Wykonawcy punkt wyjścia do zaprojektowania całościowego planu realizacji badania.

Plan realizacji badania powinien spełniać następujące założenia:

- a) Kompletność – uwzględnia wszystkie czynności/zadania/procesy niezbędne do realizacji badania, a każda wyróżniona czynność/zadanie/proces jest szczegółowo scharakteryzowana, tj. opisano wszystkie działania, jakie Wykonawca planuje wykonać w ramach każdej z nich;
- b) Logiczność – uwzględnia relacje i zależności (w tym sekwencyjność, paralelność, komplementarność, itp.) pomiędzy wyróżnionymi czynnościami/zadaniami/procesami;
- c) Wykonalność – umożliwia realizację badania w wyznaczonych w OPZ ramach czasowych.

Plan realizacji badania tajemniczego klienta (mystery shopping) będzie podlegał ocenie pod względem dwóch aspektów:

- a) stopnia spełniania powyższych założeń – każda z osób oceniających ofertę może przyznać:
 - 20 pkt – za plan realizacji badania spełniający wszystkie 3 z wymienionych powyżej założeń;
 - 10 pkt – za plan realizacji badania spełniający 2 z 3 wymienionych powyżej założeń;
 - 5 pkt – za plan realizacji badania spełniający 1 z 3 wymienionych powyżej założeń;
 - 0 pkt – za plan realizacji badania nie spełniający żadnego z wymienionych powyżej założeń.

b) Oceny porównawczej, tj. za istotne wyróżnianie się (in plus lub in minus) planu realizacji badania danego Wykonawcy na tle ofert innych Wykonawców pod kątem spełniania wymienionych powyżej założeń. Każda z osób oceniających ofertę może przyznać planowi realizacji badania danego Wykonawcy:

- 20 pkt – za standard wyższy (na tle ofert innych Wykonawców);
- 10 pkt – za brak zasadniczych różnic.
- 0 pkt – za standard niższy (na tle ofert innych Wykonawców);

Liczba punktów przyznana danej ofercie w ramach oceny porównawczej zostanie wyznaczona w oparciu o poniższy wzór:

$$\text{liczba punktów} = (\text{suma pkt. oferty ocenianej} / \text{suma pkt. oferty o najwyższej liczbie pkt.}) \times 20$$

Łączna liczba punktów przyznawana ofercie w kryterium „Plan realizacji badania tajemniczego klienta (mystery shopping)” będzie sumą punktów z oceny pod kątem spełniania założeń oraz z oceny porównawczej (tj. łącznie 40 pkt.).

W przypadku, w którym zostanie złożona tylko jedna oferta, w ocenie porównawczej otrzyma ona 20 pkt.

3. W kryterium „Cena” najwyższą liczbę punktów (60) otrzyma oferta zawierająca najniższą cenę brutto, a każda następna odpowiednio zgodnie ze wzorem:

$$\text{liczba punktów} = (\text{cena brutto zaproponowana w najtańszej ofercie} / \text{cena oferty ocenianej}) \times 60$$

Wykonawca poda cenę za wykonanie zamówienia w Formularzu ofertowym. Podana cena brutto musi obejmować wszystkie koszty realizacji z uwzględnieniem wszystkich opłat i podatków (także od towarów i usług). Ocenie podlegać będzie cena brutto oferty.

4. Punkty otrzymane przez daną ofertę podczas oceny indywidualnej, zostaną do siebie dodane, a następnie podzielone przez liczbę oceniających. Wynik będzie liczbą punktów, jaką otrzymała dana oferta w danym kryterium. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyskała najwyższą liczbę punktów. W przypadku, w którym dwie lub więcej ofert uzyska taką samą liczbę punktów, Zamawiający wybierze ofertę z niższą ceną.

5. Cena przedstawiona przez Wykonawcę oraz inne warunki wykonania zamówienia nie podlegają negocjacjom w trakcie oceny.

VI. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy złożyć w terminie do **31 sierpnia 2021 r. do godz. 11:00:**
 - a) drogą elektroniczną– na adres: bzu@parp.gov.pl (w tytule maila w tytule maila prosimy wpisać nazwę lub numer postępowania)
lub
 - b) poprzez Bazę Konkurencyjności
<https://bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/>
Instrukcję składania ofert poprzez Bazę Konkurencyjności można znaleźć pod poniższym linkiem:
https://archiwumbazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/info/web_instruktion (Instrukcja oferenta BK2021).
2. Zaleca się przygotowanie oferty zgodnie ze wzorem stanowiącym załącznik nr 3 do Zaproszenia (w przeciwnym przypadku, oferta musi zawierać wszystkie informacje wymagane przez Zamawiającego).
3. Wykonawca wraz z ofertą składa:
 - 1) Formularz ofertowy (*Załącznik 3*),
 - 2) Wykaz usług (*Załącznik 3a*)
 - 3) Wykaz osób (*Załącznik 3b*)
 - 4) Plan realizacji badania tajemniczego klienta (mystery shopping).
3. Formularz oferty wraz z wymaganymi załącznikami powinien być przesłany w postaci elektronicznej w formie pliku nieedytowalnego np. .pdf. Zamawiający informuje, że dysponuje limitem pojemności skrzynki pocztowej dla jednej wiadomości wynoszącym 15 MB. Zamawiający zaleca, by Wykonawca (w przypadku oferty większej niż 10 MB), przesyłał ją w częściach (oddzielnych e-mailach), wskazując w tytule e-maila, iż stanowi on część większej całości, a po przesłaniu całej oferty, przed upływem terminu składania ofert, upewnił się, że jego oferta została skutecznie dostarczona do Zamawiającego.
4. Elementy oferty, które Wykonawca zamierza zastrzec jako tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2020 r., poz. 1913) powinny zostać umieszczone w pliku zatytułowanym „tajemnica przedsiębiorstwa”. W treści oferty powinna zostać umieszczona informacja, że dany dokument jest zastrzeżony.
5. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę na daną część zamówienia. Złożenie przez tego samego Wykonawcę więcej niż jednej oferty na daną część, spowoduje jej odrzucenie.
6. Oferta złożona po terminie (liczy się data wpływu oferty) nie będzie podlegała oceni

VII. ZASTRZEŻENIE O MOŻLIWOŚCI ODWOŁANIA LUB ZMIANY ZAPROSZENIA DO SKŁADANIA OFERT

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość odwołania lub zmiany Zaproszenia do złożenia oferty bez podania przyczyny. Jednocześnie Zamawiający informuje, iż zgodnie

z obowiązującym prawem niniejsze Zaproszenie nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo zamówień publicznych.

2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość odstąpienia od udzielenia zamówienia w sytuacji, w której cena oferty najkorzystniejszej będzie przekraczała kwotę, którą Zamawiający przeznaczył na sfinansowanie zamówienia, a Zamawiający nie będzie mógł jej zwiększyć do kwoty oferty najkorzystniejszej.
3. W sytuacji, gdy Wykonawca uchyła się od zawarcia umowy, a została złożona więcej niż jedna oferta, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert.

VIII. ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1 – Opis Przedmiotu Zamówienia (OPZ)

Załącznik nr 2 - Wzór umowy

Załącznik nr 3 – Formularz oferty

Załącznik nr 3a – Wykaz usług

Załącznik 3b – Wykaz osób