

Прашања и одговори за

ПОКАНА ЗА ДОСТАВУВАЊЕ ПОНУДИ 02/2017
за набавка на услуги – планирање и спроведување анкети,
утврдување на јавно мислење и други истражувачки услуги

1. Дали ќе биде прифатливо во понудата да се приложат 10-15 клучни прашања со тоа што целосниот прашалник би бил изработен доколку агенцијата го добие повикот?

Одговор: Согласно точка 3 од Поканата за доставување понуди, се бара доставување на „Идејно решение/предлог прашалник за перцепцијата за медиумите од страна на граѓаните и нивната доверба во македонските медиуми, со предлог од 10-15 клучни прашања“. Овде не се подразбира целиот прашалник кој ќе биде изработен во тек на спроведување на договорот, туку само предлог врз основа на кој ќе се оцени квалитетот.

2. Според договорите со нашите клиенти, информациите што ги изработуваме за нив се строго доверливи и не смееме да ги споделуваме со трети лица. Според скалата за бодување, изработен претходен извештај носи 30 бодови. За да не ги изгубиме бодовите, дали има начин оваа ставка да се замени со нешто друго?

Одговор: Документот кој се бара подразбира било каков извештај, презентација на податоци, резултат од истражување, кој бил изработен од страна на вашата компанија. Ставката не може да се замени со друга, но се надеваме дека ќе обезбедите документ со податоци кои веќе имаат јавен карактер.

3. За телефонска анкета:
А) Колку изнесува планираниот буџет за ова истражување _____ евра

Одговор: Сите податоци кои треба да се достапни до поканетите учесници во набавката се содржани во Поканата за учество во набавката, Тендерската документација и Спецификацијата за набавка на услуги.

Б) која е целна група – граѓани (или новинари) и колку прашања би имала анкетата (дали 25-35 како што се наведува во еден од документите)

Одговор: Согласно точка 3 од Спецификацијата за набавка на услуги, целната група на телефонската анкета е општата популација на граѓани на РМ. Согласно точка 2 од Спецификацијата од добавувачот се бара да ја дизајнира анкетата со 25-35 прашања, од кои потоа во согласност со корисникот ќе се дефинираат оптималниот број и содржина на прашања кои ќе се искористат во анкетата.

В) која е темата – евалуација/ перцепција на медиуми/ перцепција на истражувачкото новинарство или ...

Одговор: Согласно точка 3 од Спецификацијата за набавка на услуги, темата на телефонската анкета е „перцепцијата за медиумите од страна на граѓаните и нивната доверба во македонските медиуми“.

Г) која големина на примерок сметате дека е прифатливо за вас а добавувачот во рамките на вашиот планиран буџет ќе даде соодветна понуда

Одговор: Согласно точка 3 од Спецификацијата за набавка на услуги, телефонската анкета се очекува да се спроведе со опфат на репрезентативен примерок на испитаници на територијата на РМ, а за појаснување примерокот не треба да е помал од 1200 испитаници – граѓани на РМ.

Д) кој тип на анализа е потребен – наведете (се подразбира и база на податоци во SPSS потполно лабелирана на македонски)

а) таблични рапорти – фреквенции и вкрстени табели на сите прашања со соодветна демографија

б) дополнително пишувана анализа (текст со графикони и табели)

в) PPT презентација на главни наоди, графикони, табели и соодветни алинеи за главните наоди.

Одговор: Согласно точка 5 од Спецификацијата за набавка на услуги, телефонската анкета треба да послужи за „Изработка на извештај од телефонски избрани податоци, кој вклучува обработка на податоци во СПСС систем на репрезентативен примерок испитаници со можности за вкрстено споредување и обработка на податоци, изработка на графикони или друг вид сликовити прикази и поставување на прелиминарни заклучоци и интерпретација на податоците“.

За појаснување по однос на прашањето, потребни се сите аспекти на анализа кои се наведени во прашањето доколку истите се дел од спроведувањето на телефонска анкета во вашата пракса.

4. За теренска анкета (лице-в-лице, СAPI/ ТАPI):

А) Колку изнесува планираниот буџет за ова истражување ____ евра

Одговор: Сите податоци кои треба да се достапни до поканетите учесници во набавката се содржани во Поканата за учество во набавката, Тендерската документација и Спецификацијата за набавка на услуги.

Б) која е целна група – граѓани (или новинари) и колку прашања би имала анкетата

Одговор: Согласно точка 4 од Спецификацијата за набавка на услуги, целната група на теренското истражување се новинарите во РМ.

Согласно точка 2 од Спецификацијата од добавувачот се бара да го дизајнира истражувањето со најмалку 35 продлабочени прашања, од кои потоа во согласност со корисникот ќе се дефинираат оптималниот број и содржина на прашања кои ќе се искористат во анкетата.

В) која е темата – евалуација/ перцепција на медиуми/ перцепција на истражувачкото новинарство или ...

Одговор: Согласно точка 4 од Спецификацијата за набавка на услуги, темата на теренското истражување е „медиумската писменост во РМ и улогата на етичкото и професионално новинарство“ од аспект на испитаниците-новинари.

Г) која големина на примерок сметате дека е прифатливо за вас , а добавувачот во рамките на овој планиран буџет за теренска анкета ќе даде соодветна понуда

Одговор: Согласно точка 4 од Спецификацијата за набавка на услуги, теренското истражување се очекува да се спроведе со опфат на репрезентативен примерок на испитаници-новинари на територијата на РМ, а за појаснување примерокот треба да е најмалку 100 испитаници-новинари на РМ.

- Д) потребно рапортирање (база на податоци во SPSS потполно лабелирана на македонски)
- а) таблични рапорти – фреквенции и вкрстени табели на сите прашања со соодветна демографија
- б) дополнително пишувана анализа (текст со графикони и табели)
- в) PPT презентација на главни наоди, графикони, табели и соодветни алинеи за главните наоди

Одговор: Согласно точка 6 од Спецификацијата за набавка на услуги, теренското истражување треба да послужи за „Изработка на извештај од спроведено теренско истражување и/или фокус групи, кој вклучува обработка на податоци во СПСС систем на репрезентативен примерок испитаници со можности за вкрстено споредување и обработка на податоци, изработка на графикони или друг вид сликовити прикази и поставување на прелиминарни заклучоци и интерпретација на податоците“.

За појаснување по однос на прашањето, потребни се сите аспекти на анализа кои се наведени во прашањето доколку истите се дел од спроведувањето на теренското истражување во вашата пракса.

- 5. За квалитативно истражување – фокус групи (цената на ова истражување зависи и од бројот на фокус групи)
 - А) Колку изнесува планираниот буџет за ова истражување: _____ евра

Одговор: Сите податоци кои треба да се достапни до поканетите учесници во набавката се содржани во Поканата за учество во набавката, Тендерската документација и Спецификацијата за набавка на услуги.

Ве молиме нотирајте дека покрај наведената една телефонска анкета, набавката предвидува само едно теренско истражување кое може да се спроведе и преку фокус групи, а чиј субјект се новинарите. Начинот на спроведувањето, било преку теренско истражување или преку фокус групи, ќе се одлучи во соработка со корисникот на услугите.

- Б) која е целна група – граѓани (или новинари) / одделно

Одговор: Согласно точка 4 од Спецификацијата за набавка на услуги, целната група на теренското истражување или фокус групите се новинарите во РМ.

- В) која е темата – евалуација/ перцепција на медиуми/ перцепција на истражувачкото новинарство или ...

Одговор: Согласно точка 4 од Спецификацијата за набавка на услуги, темата на теренското истражување или фокус групите е „медиумската писменост во РМ и улогата на етичкото и професионално новинарство“ од аспект на испитаниците-новинари.

- Г) дали се планира аудио/ видео снимка/ транскрипции

Одговор: Ве молиме вклучете ја и оваа ставка во понудата доколку истата е дел од спроведувањето на фокус групите во вашата пракса.

Г) колку фокус групи сметате дека се прифатливи за овој проект –во каков состав (од разни медиуми/ според типови на медиуми/ според состав на учесници/ национален состав/ дали и контролна група – само граѓани

Одговор: Согласно точка 4 од Спецификацијата за набавка на услуги, теренското истражување или фокус групите се очекува да се спроведе со опфат на репрезентативен примерок на испитаници-новинари на територијата на РМ, а за појаснување примерокот треба да е најмалку 100 испитаници–новинари на РМ.

Е) кој тип на рапорти да се опфатат (на македонски):

а) (first impression) – пишуван текст од неколку страни

б) комплетна анализа во текст формат

в) PPT презентација на главни наоди со препораки – ве молиме специфицирајте за да добавувачот даде соодветна понуда според планираниот буџет

Одговор: Согласно точка 6 од Спецификацијата за набавка на услуги, теренското истражување или фокус групите треба да послужи за „Изработка на извештај од спроведено теренско истражување и/или фокус групи, кој вклучува обработка на податоци во СПСС систем на репрезентативен примерок испитаници со можности за вкрстено споредување и обработка на податоци, изработка на графикони или друг вид сликовити прикази и поставување на прелиминарни заклучоци и интерпретација на податоците“.

За појаснување по однос на прашањето, потребни се сите аспекти/рапорти на анализа кои се наведени во прашањето доколку истите се дел од спроведувањето на фокус групите во вашата пракса.