

Ajánlatkérés

A Gazdasági Versenyhivatal a hazai műsorterjesztési piac jobb megértése, a kisvállalati gyakorlatok és a fogyasztói percepciók feltérképezése céljából két piackutatás lebonyolítására kér árajánlatot.

Háttér

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 2020. június 5-én ágazati vizsgálatot indított a belföldi műsorszolgáltatási és műsorterjesztési piac folyamatainak megértése érdekében. Az ágazati vizsgálat célja annak feltárása, hogy a különböző piaci szereplők árazását milyen szempontok határozzák meg, milyen mértékű eltérések tapasztalhatók a műsorszolgáltatókkal kötött szerződésekből a nagy méretű és a kis méretű, lokális műsorterjesztők esetén. Ez alapján azt vizsgálja a GVH, hogy az esetleges eltérő árazás mennyiben hat ki a különböző vállalatok versenyképességére, a piaci verseny alakulására és intenzitására.

A piackutatás célja, megválaszolandó kérdések

A GVH az ágazati vizsgálat keretében két piackutatást kíván elvégezni, amelyek egymástól elkülönülnek célcsoport, időzítés és a vizsgálandó kérdések tekintetében is.

Az első piackutatás célja a kisméretű, évi 500 millió Ft árbevétel alatti belföldi műsorterjesztéssel foglalkozó vállalatok csomagképzési és árazási gyakorlatának, a műsorszolgáltató cégekkel kötött szerződéseinek és költségstruktúrájának feltérképezése. Ennek során az alábbi kérdésekre keresi a GVH a választ:

- Milyen földrajzi területen (településeken) és milyen technológiával végzik műsorterjesztési szolgáltatásukat a célcsoportba tartozó vállalkozások?
- Jellemzően milyen típusú televíziós csomagokat kínálnak a célcsoportba tartozó vállalatok? Mitől függ a csomagok kialakítása (előfizetői igények, beszerzési lehetőségek, fizetőképes kereslet, etc.)?
- Milyen elvek alapján alakítják ki a csomagok árait? Milyen listaárakkal rendelkeznek most? A listaárakból milyen esetekben és mekkora kedvezményeket adnak?
- Hány (műsorterjesztési szolgáltatásra történő) előfizetővel rendelkeznek a célcsoportba tartozó vállalatok? Ez a szám hogyan változott az elmúlt években?
- Milyen piaci szereplőkön keresztül szerzik be az egyes tartalmakat (csatornákat) a műsorterjesztő vállalatok?
- A műsorok (csatornák) beszerzési díja milyen tényezőktől függ (pl. előfizetők száma)?
- A műsorok beszerzésénél egyedül jár el vagy része beszerzési társulásnak, szakmai szövetségnek, amelyeken keresztül történik a beszerzés? Amennyiben igen, milyenek a tapasztalatai? Amennyiben nem, miért nem?

- A vizsgált cégek (műsorszolgáltatási tevékenységhez kötődő) főbb költségelemeinek feltárása, és a költségstruktúra (arányok) felmérése. A műsorok (csatornák) beszerzési díja az összes költség kb. mekkora hányadát teszi ki?
- Kiket tekintenek főbb versenytársaiknak, kiknek az akcióira, árazására reagálnak?
- Mennyire érzik magukat versenyképesnek a vizsgált vállalatok? Esetleges lemaradás esetén ennek mi a fő oka, véleményük szerint mire vezethető ez vissza?
- Milyen beruházásokat hajtottak végre az elmúlt években és ezek hogyan növelték versenyképességüket?

A második piackutatás célja a műsorterjesztési szolgáltatásra előfizető fogyasztók szolgáltatással kapcsolatos véleményének, elégedettségének és viselkedésének feltérképezése. Ennek során az alábbi kérdésekre keresi a GVH a választ:

- Műsorterjesztési szolgáltatásra való előfizetés során mérlegelt szempontok és azok fontossága (pl. csatornakínálat, árazás, felmerülő problémák elhárításának gyorsasága, technológia, kiegészítő eszközök ingyenes vagy kedvezményes biztosítása).
- A fogyasztó előfizetése és csomagja.
- A fogyasztók árakkal, azok alakulásával kapcsolatos véleménye.
- A fogyasztó számára elérhető szolgáltatók (ismeretei alapján).
- Aktuális szolgáltató, a választás indoka és a vele való elégedettség.
- Szolgáltatóváltás gyakorisága.
- Két éven belüli szolgáltatóváltás esetén az okok feltárása.
- Csatornák spontán és segített ismertsége, kedvenc csatornák feltérképezése.
- Kulcscsatornák feltérképezése (amelyek miatt a fogyasztó egy adott csomag megvásárlása mellett döntött).
- Demográfiai kérdések és televízió nézéssel töltött idő.

A kutatás módszertana

Mindkét piackutatás online vagy offline adatgyűjtés alapján is megvalósulhat. A GVH kéri, hogy mindkét lekérdezési módszerre adjon ajánlatot, illetve javaslatot, valamint javaslatát indokolja a módszerek előnyeire és hátrányaira kitérve.

A kisvállalati kutatás esetén a releváns vállalati körből árbevétel alapján képzett rétegzett mintavétel szükséges nagyjából 10-20%-os mintavételi aránnyal.

A fogyasztói kutatás során szűrőfeltétel a műsorterjesztési szolgáltatásra (technológiától függetlenül) való előfizetés léte a háztartásban. Emellett országosan nemre, életkorra, településtípusra és iskolai végzettségre reprezentatív mintavétel az elvárás. A minta nagyságát tekintve 1000, 1500, 2000 és 2500 főre kérünk árajánlatokat.

Kérjük, a két piackutatásra külön-külön adjon árajánlatot, illetve azt is jelezze, hogy mindkettő megrendelése esetén milyen árendedményt tud biztosítani. Kérjük továbbá, hogy ajánlatában jelezze, ha azonos tárgyban már folytatott le piackutatást.

A piackutató feladata

A nyertes ajánlattevő feladata lesz:

- a GVH-val konzultálva a kérdőívek kidolgozása;
- a kutatás lebonyolítása (adatfelvétel és az adatok elemzése);
- a kutatás eredményeként megszerzett adatok rendszerezése, összegzése és elemzése, az adatbázis és az elemzési eredmények átadása Microsoft Excel formátumban;
- konzultáció az adatbázist és a kutatás eredményeit illetően a GVH munkatársaival;
- az adatok alapján egy elemzés, összegzés készítése és átadása a GVH számára Microsoft PowerPoint formátumban.

A piackutatás GVH által javasolt ütemezését az alábbi táblázatban mutatjuk be. A projekt során a nyertes ajánlattevő és a GVH közötti egyeztetések függvényében az egyes részfeladatok ütemezésében, ennek következtében pedig a kutatás zárásának végső határidejében lehetnek változások. Amennyiben a javasolttól eltérő ütemezés mellett tudja megvalósítani a piackutatásokat, kérjük, ezt feltétlenül jelezze ajánlatában.

Ajánlattétel határideje	2020. július 6.
Ajánlatok elbírálása, ajánlattevők értesítése	2020. július 13.
Szakmai egyeztetés, a vállalati szerződés aláírása	2020. július 20–21.
Vállalati kutatás kérdőívének és mintaösszetételének kidolgozása a GVH-val együttműködve	2020. július 22–augusztus 6.
Vállalati kutatás kérdőívének és mintaösszetételének véglegesítési határideje	2020. augusztus 7.
Vállalati kutatás eredményeinek bemutatása (tanulmány átadása)	2020. szeptember 30.
Teljesítésigazolás, kifizetés, vállalati kutatás zárása	2020. október 8.
A fogyasztói kutatás kérdőívének kidolgozása a GVH-val együttműködve	2020. augusztus 31–szeptember 10.
A fogyasztói kutatás kérdőívének véglegesítési határideje	2020. szeptember 11.
A fogyasztói kutatás eredményeinek bemutatása (tanulmány átadása)	2020. november 6.
Teljesítésigazolás, kifizetés, fogyasztói kutatás zárása	2020. november 30.

Az ajánlatnak tartalmaznia kell a vizsgálandó minta nagyságát, jellemzőit, a kutatás módszertanát, javasolt ütemezését, a vállalási árat és az esetleges hasonló kutatásokra kiterő referenciáit. Ajánlat adható csak a vállalati, csak a fogyasztói és mindkét kutatásra egyben is (utóbbi esetben jelezze, hogy csak az egyik kutatás megrendelése esetén milyen feltételekkel él az ajánlata). Kérjük, hogy ajánlatát legkésőbb **2020. július 6. 17 óráig** küldje meg az alábbi címre elektronikus vagy postai úton (ajánlatának legalább az egyik formában meg kell érkeznie a megadott időpontig):

Gazdasági Versenyhivatal
Hivatkozás: Műsorterjesztési piac ágazati vizsgálat
1391 Budapest 62. Pf. 211.
vezetokozgazdasz@gvh.hu

Amennyiben az ajánlatkéréssel kapcsolatban kérdése merülne fel, a GVH munkatársai állnak rendelkezésére. A pályázattal kapcsolatos kérdések esetén kérjük Berezvai Zombor irodavezetőt (+36-1-472-8904, Berezvai.Zombor@gvh.hu) vagy Kovács-Hum Eszter irodavezető-helyetttest (+36-1-472-8884, Hum.Eszter@gvh.hu) keresse.

Az ajánlatok elbírálására a tervek szerint 2020. július 13-ig, a nyertes ajánlattevővel a vállalkozási szerződés megkötésére a tervek szerint 2020. július 21-ig kerül sor.

Budapest, 2020. június 19.



Rigó Csaba Balázs

elnök

h.
Rigó Csaba