

Kraków, dnia 17.08.2011 r.

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA NR 2011/099/MN

w postępowaniu prowadzonym wg „Procedury zakupu towarów i usług
w ORLEN OIL Sp. z o.o.” w trybie przetargu nieograniczonego

I. Zamawiający:

1. Pełna nazwa zamawiającego:
ORLEN OIL Sp z o. o. z siedzibą w Krakowie
2. Adres:
31 – 323 Kraków, ul. Opolska 100
3. NIP 675 – 11 –90 - 702
4. Internet:
<http://www.orlenoil.pl> ., e-mail: centrala@orlenoil.pl
5. Numer telefonu:
+48 – 12 66 – 555 – 00 , fax: +48 – 12 66 – 555 – 01

II. Informacje o przetargu:

Postępowanie prowadzone jest według wewnętrznych procedur obowiązujących w ORLEN OIL Sp. z o.o. tj. Procedury zakupu towarów i usług w ORLEN OIL Sp. z o.o. w trybie przetargu nieograniczonego.

III. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zapotrzebowania jest przeprowadzenie równolegle dwóch badań rynkowych: w zakładach przemysłowych oraz hurtowniach wielobranżowych, uwzględniając korelację między tymi podmiotami. Badania mają na celu sprawdzić zmiany preferencji i oczekiwań użytkowników przemysłowych środków smarnych oraz zidentyfikować kanały dystrybucyjne hurtowni wielobranżowych. W województwach gdzie występują zakłady przemysłowe powinien być dogłębnie spenetrowany rynek hurtowni wielobranżowych, posiadających w ofercie środki smarne (smary, hydrauliczne, sprzężarkowe, turbinowe, obróbcze itp.)

IV. Opis przedmiotu zamówienia:

DOCELOWA GRUPA BADANIA 1: ZAKŁADY PRZEMYSŁOWE MAŁE I ŚREDNIE.

- Wielkość przedsiębiorstwa definiowana ilością zatrudnionych osób:
 - do 50 zatrudnionych - małe przedsiębiorstwa,
 - 51 do 250 zatrudnionych - średnie przedsiębiorstwa,

Próba rozłożona po 50% wg kryterium wielkości. Oczekiwana wielkość próby $N > 300$.

➤ Zakres badań powinien obejmować:

- Oszacowanie pojemności rynku środków smarnych dla wybranych gałęzi przemysłu:
Wydobywczy, Hutnictwo, Energetyka, Maszynowy, Motoryzacyjny, Spożywczy, Chemiczny itp.,
z uwzględnieniem ich podziału na środki smarne przemysłowe: sprężarkowe, hydrauliczne, turbinowe, transformatorowe, smary (przemysłowe, samochodowe), do obróbki skrawaniem (emulgujące, nieemulgujące), do obróbki plastycznej, hartowania, przekładniowe przemysłowe, hydrauliczno-przekładniowe, antyadhezyjne, trudnopalne ciecze hydrauliczne itp.,
- miejsca zakupu – ze szczególnym uwzględnieniem charakteru, rodzaju hurtowni (jej lokalizacji, wielkości, posiadanej oferty itp.),
- determinanty wyboru hurtowni (cena, termin płatności, lokalizacja, asortyment, czas dostawy, sposób złożenia zamówienia – fax, telefon, mail, itp.),
- metodologia zakupu: przetarg, zapytanie o ofertę/cenę,
- rodzaj zakupionego środka smarnego (smary, hydrauliczne, sprężarkowe, turbinowe, obróbcze itp.),
- rodzaj pożądaných smarów,
- wykorzystanie zakupionego środka smarnego - miejsce zastosowania danego środka smarnego lub wielu (ilość i rodzaj urządzenia np. tokarka, koparka, pompa, turbina, sprężarka, prasa itp.),
- identyfikacja produktów trudnodostępnych (np. o długim terminie dostawy, produkty na zamówienie specjalne, unikalność- wysoka cena, itp.) - rodzaj produktu, ilość/miesiąc/rok, opakowanie oraz oczekiwana cena,
- problemy w zastosowaniu środków smarnych w urządzeniach (np. trwałość środka, częstotliwość wymiany, itp.),
- zwyczaje i zachowania konsumenckie związane z zakupem - analiza procesu decyzyjnego, czynniki wpływające na podejmowanie decyzji o zakupie (kryteria wyboru produktów i dostawców),
- wpływ dystrybutora, sprzedawcy, eksperta na podejmowanie decyzji o zakupie,
- znajomość spontaniczna i wspomagana marek danej grupy produktów,
- czynniki wpływające na wybór poszczególnych marek,
- czynniki wpływające na lojalność klientów (skłonność do kupowania w przyszłości, skłonność do rekomendowania marki w przeszłości i przyszłości, udział marek w „koszyku zakupów” - marka główna i korzystanie z marek dodatkowych),
- ocena badanych produktów w porównaniu z produktami konkurencji,
- poziom zużycia poszczególnych grup produktów w danej firmie,
- pozycja poszczególnych producentów środków smarnych w poszczególnych grupach produktów,
- warunki współpracy z dostawcami.

DOCELOWA GRUPA BADANIA 2: HURTOWNIE WIELOBRANŻOWE, posiadające środki smarne przemysłowe.

- Ilość i rodzaj badanych hurtowni będzie wynikać z danych uzyskanych z badania 1, w którym musi zostać zweryfikowana informacja na temat współpracy przedsiębiorstwa z hurtowniami. Ważnym aspektem będzie skorelowanie ilości i lokalizacji hurtowni z badanymi zakładami przemysłowymi.
- Głównym celem badań ma być identyfikacja hurtowni wielobranżowych, ich znaczenia w dystrybucji środków smarnych. W badaniu w hurtowniach powinny zostać poruszone następujące kwestie:
 - rodzaj/klasyfikacja końcowego użytkownika wg branż (np. rolnicza, chemiczna, oponiarska, górnicza, energetyczna itp.),
 - rodzaje sprzedawanych produktów (olej przekładniowy, hydrauliczny, sprężarkowy, do obróbki, smar itp.),
 - poszukiwane produkty (rodzaj produktu, ilość/miesiąc/rok, opakowanie oczekiwana cena),
 - zwyczaje i zachowania konsumenckie związane z zakupem - analiza procesu decyzyjnego, czynniki wpływające na podejmowanie decyzji o zakupie (kryteria wyboru produktów i dostawców),
 - znajomość spontaniczna i wspomagana marek danej grupy produktów,
 - czynniki wpływające na wybór poszczególnych marek,
 - czynniki wpływające na lojalność klientów (skłonność do kupowania w przyszłości, skłonność do rekomendowania marki w przeszłości i przyszłości, udział marek w „koszyku zakupów” - marka główna i korzystanie z marek dodatkowych),
 - ocena badanych produktów w porównaniu z produktami konkurencji,
 - poziom zużycia poszczególnych grup produktów w danej firmie,
 - pozycja poszczególnych producentów środków smarnych w poszczególnych grupach produktów,
 - warunki współpracy z dostawcami.

V. Sposób przygotowania oferty:

1. Oferta powinna składać się z dwóch oddzielnych części: merytorycznej i handlowej, w oddzielnych zapieczętowanych kopertach z właściwym dopiskiem na kopertach: „Część merytoryczna oferty – nr postępowania”, „Część handlowa oferty- nr postępowania”. Koperty z częściami merytoryczną i handlową powinny być właściwie opisane.
2. Dokumenty składane są w wersji papierowej w oryginale lub kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem. Wszelkie wymagane dokumenty wraz z załącznikami oprócz tego, że powinny zostać złożone w wersji papierowej, muszą zostać przesłane również w wersji elektronicznej na nośniku DVD opisanym „Przetarg- Badania rynkowe PRZEMYSŁ”.
3. Każdy oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
4. Sposób przygotowania oferty:
 - a. Oferta powinna być napisana czytelnie w języku polskim.
 - b. Wszelkie strony oferty wraz z załącznikami powinny być podpisane przez osobę (osoby) uprawnioną do występowania w imieniu oferenta.
 - c. Wszelkie strony oferty wraz z załącznikami powinny być spięte w sposób zapobiegający jej dekompletacji.

- d. Wszelkie poprawki lub zmiany w tekście oferty muszą być parafowane i datowane własnoręcznie przez osobę podpisującą ofertę lub przez osobę upoważnioną.
5. Opakowanie i oznakowanie ofert: Ofertę należy złożyć w zamkniętym opakowaniu w miejscu wskazanym w pkt. X.
6. Zamawiający nie bierze odpowiedzialności za skutki braku zachowania powyższych warunków przez Oferenta. Nie spełnienie wymagań j/w spowoduje odrzucenie oferty.
7. Oferent poniesie wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

VI. Informacja o dokumentach, jakie mają dostarczyć dostawcy w części merytorycznej oferty:

Oferenci w części merytorycznej oferty obowiązani są złożyć następujące dokumenty:

1. Koncesję, zezwolenie lub licencję, (jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania koncesji, zezwolenia lub licencji na podjęcie działalności gospodarczej w zakresie objętym zamówieniem).
2. Dokumenty stwierdzające, że osoby, które będą wykonywać zamówienie, posiadają wymagane uprawnienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
3. Kserokopie listów referencyjnych klientów wraz z danymi kontaktowymi ze szczególnym uwzględnieniem przeprowadzonych podobnych badań.
4. Opis (najlepiej w formie spisu treści i wzorów raportów) audytu umożliwiający ocenę stopnia zgodności oferowanego raportu ze szczegółowymi wymaganiami zawartymi w Pkt. IV SIWZ.
5. Gwarantowany termin realizacji badania z podziałem na etapy od momentu podpisania umowy o współpracę/otrzymania zamówienia.
6. Dokładny opis proponowanych metodologii.

VII. Informacja o dokumentach, jakie mają dostarczyć dostawcy w części handlowej oferty:

1. Aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert (lub dokument potwierdzony w tym terminie przez organ wydający).,
2. Pełnomocnictwo, jeżeli ofertę podpisują inne osoby niż uprawnione do zaciągania zobowiązań w imieniu oferenta.
3. Podpisane oświadczenie stanowiące załącznik nr 1 do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
4. Oświadczenie oferenta, że nie podlega wykluczeniu z następujących powodów:
 - nie wywiązanie się wobec ORLEN OIL z należytą starannością choćby z jednej umowy,

- nie jest objęty postępowaniem układowym bądź innymi postępowaniami związanymi z restrukturyzacją zadłużenia,
 - wszczęcie postępowania upadłościowego, ogłoszenie upadłości lub będących w trakcie prowadzenia likwidacji.
5. Oświadczenie o następującej treści: "Oświadczamy, że zapoznaliśmy się z obowiązującą w ORLEN OIL Sp. z o.o. Polityką Zintegrowanego Systemu Zarządzania zgodną z normami: ISO 9001 i ISO 14001 oraz wymaganiami AQAP 2110 dostępnymi na stronie internetowej ORLEN OIL Sp. z o.o. oraz oświadczamy, że zrealizujemy przedmiot zamówienia z zachowaniem przepisów prawnych."
 6. Cenę i warunki płatności. Przeniesienie autorskich praw majątkowych do dysponowania dokumentacją określonych w art. 50 Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. Dz.U. z 2000r. Nr 80, poz. 904.
 7. Informacje o spełnieniu szczególnych wymagań podanych w pkt. VIII SIWZ.
 8. Akceptacja terminu płatności wynoszącego 60 dni liczonych od daty otrzymania faktury przez ORLEN OIL Sp. z o.o.

VIII. Szczególne wymagania w stosunku do wykonawstwa

- Oferent ponosi odpowiedzialność za wady w przedmiocie umowy z tytułu rękojmi.
- Oferent ponosi odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania wynikającego z umowy na warunkach z niej zawartych oraz na zasadach wynikających z ogólnie obowiązujących przepisów prawa. Nie przewiduje się możliwości umownego (pozaumownego) wyłączenia lub ograniczenia odpowiedzialności Oferenta bez względu na jej tytuł, jeśli odpowiedzialność taka wynika z ogólnie obowiązujących przepisów prawa.

IX. Termin, do którego dostawca będzie związany złożoną ofertą:

Dostawca będzie związany złożoną ofertą przez okres 5 miesięcy od daty terminu składania ofert..

X. Informacje o terminie, miejscu składania i otwarcia ofert oraz trybie otwarcia i oceny ofert:

1. Terminy i miejsce składania ofert wstępnych:

- a) Oferty wstępne należy składać w sekretariacie ORLEN OIL w Krakowie, 31-323 Kraków, ul. Opolska 100, **do dnia 01.09.2011r. z dopiskiem „BADANIA RYNKOWE PRZEMYSŁ 2011”.**

Oferty złożone po terminie będą zwrócone oferentowi bez rozpatrywania.

2. Ocena ofert.

Zamawiający oceni ważność ofert pod względem formalnym oraz przyjętych w SIWZ kryteriów oceny ofert na posiedzeniu niejawnym

XI. Opis sposobu obliczania ceny oferty:

Cena powinna być podana:

- a) cyfrowo w zł (PLN)
- b) cena netto,

XII. Opis kryteriów wyboru oferty oraz ich znaczenie:

- a) Cena.
- b) Jakość oraz zakres tematyczny przedstawionych badań.
- c) Przedstawione referencje.

XIII. Sposób udzielania wyjaśnień dotyczących specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

1. Każdy oferent ma prawo zwrócić się do zamawiającego o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia w terminie nie późniejszym niż 3 dni przed terminem składania ofert.
2. Pytania oferentów muszą być sformułowane na piśmie.

XIV. Pracownicy zamawiającego uprawnieni do bezpośredniego kontaktowania się z dostawcami:

Paweł Cierpiałą (kwestie merytoryczne)

Stanowisko służbowe: Specjalista ds. Rozwoju Marki
Numer telefonu: +48/12 66 55 593; kom. +48 601 952 964;
E-mail: pawel.cierpiala@orlenoil.pl

Teresa Przebinda-Wójcik (kwestie merytoryczne)

Stanowisko służbowe: Menedżer ds. Rozwoju Marki
Numer telefonu: tel. +48 12 665 56 23 kom. +48 691 914 801
E-mail: teresa.przebinda-wojcik@orlenoil.pl

Marta Niemirska (kwestie handlowe)

Stanowisko służbowe: Samodzielny Referent ds. Strategii Zakupów
Numer telefonu: tel. +48 12 665 56 68 kom. +48 601 952 908
E-mail: marta.niemirska@orlenoil.pl

Osoba na stanowisku Samodzielnego Referenta ds. Strategii Zakupów posiada umocowania do składania w reprezentacji samodzielnej imieniem Orlen OIL Sp. Z o.o. oświadczeń woli wymaganych trybem procedury zakupowej.

XV. Środki odwoławcze:

Oferentom nie przysługuje prawo uczestnictwa w otwarciu ofert.

W postępowaniu oferentom nie przysługują żadne środki odwoławcze.

XVI. Postanowienia końcowe

Zamawiający ma prawo swobodnego wyboru oferty oraz może przeprowadzić dodatkowe negocjacje z wybranymi oferentami. O wynikach postępowania Zamawiający poinformuje oferentów.

Zamawiającemu przysługuje prawo unieważnienia przetargu bez podania przyczyn.