

# ТЕНДЕРНАЯ ПОЛИТИКА



**Руководитель рабочей группы:**

Ольга Дашевская,  
основатель и старший партнер PR Inc.

**Направление деятельности:**

разработка и внедрение стандартов  
при проведении тендеров на PR-услуги.

## Проекты рабочей группы АКОС по тендерной политике

### Сравнительное исследование по тендерной политике среди PR-агентств

**Метод:**

online-анкетирование с использованием ресурса SurveyMonkey.

**Выборка**

количество респондентов — 29 компаний-членов АКОС.

**Цель:**

отразить современную ситуацию в тендерной политике в сфере PR в России, в частности, выявить нарушения со стороны заказчиков при проведении тендеров.

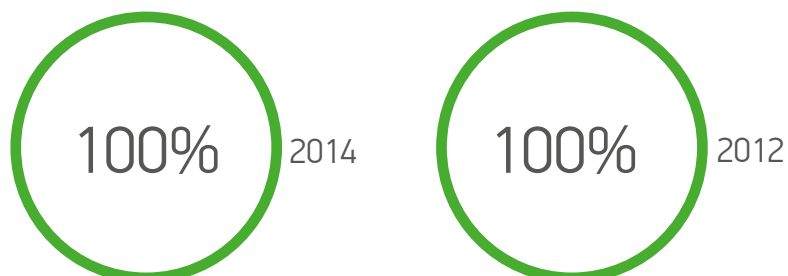
**Ключевые выводы:**

- Исследование показало заметный спад тендерной активности консультантов, она составила 10%.
- По-прежнему остается открытым вопрос этики. Каждый второй организатор тендера, по мнению 30% рынка, требует бесплатных креативных идей и стратегий. В условиях жесткой рыночной конкуренции многие агентства берутся за подобные конкурсные разработки без бюджета, и только 3% отказываются.
- Остается большое число заказчиков, которые не объявляют победителя. При этом почти в два раза снизилось количество некорректно проведенных тендеров, что является показателем эффективной работы тендерного комитета.

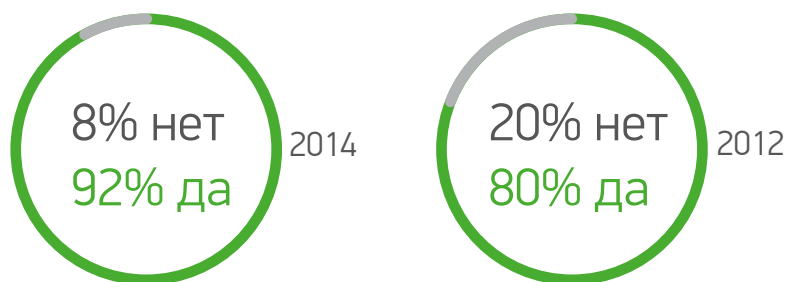


## Категории тендеров, в которых члены АКос приняли участие

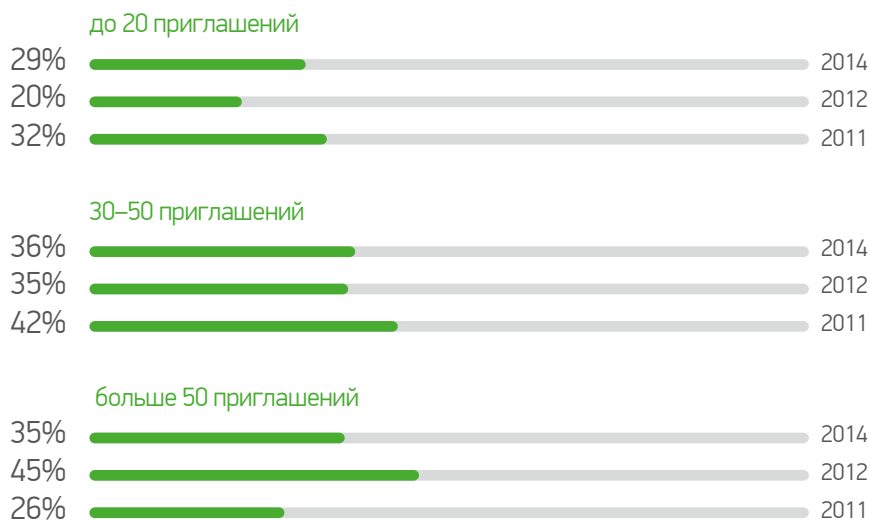
### Коммерческих структур



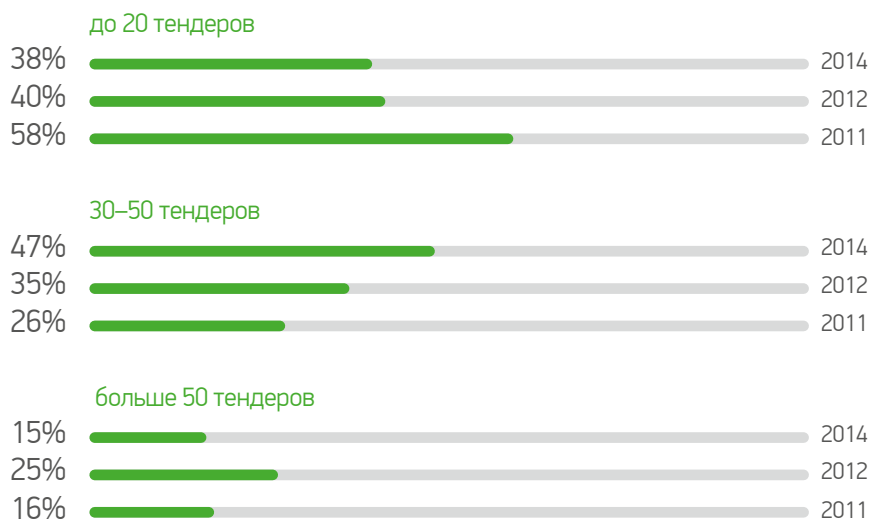
### Государственных структур



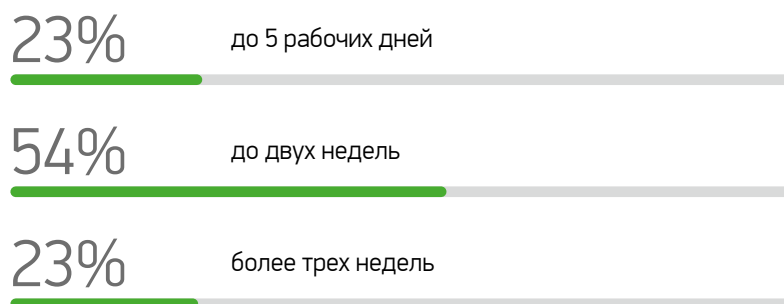
## Сравнительная динамика числа приглашений к участию в тендерах



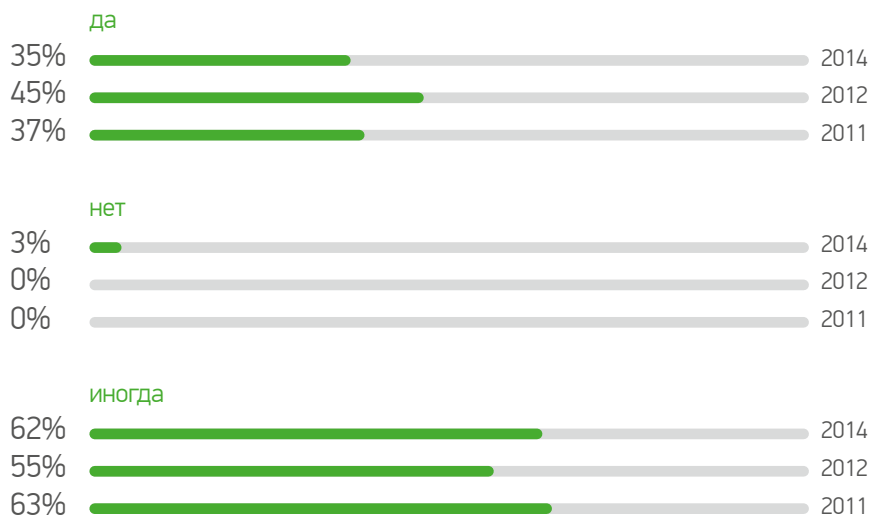
## Сравнительная динамика числа тендеров, в которых члены АКос приняли участие



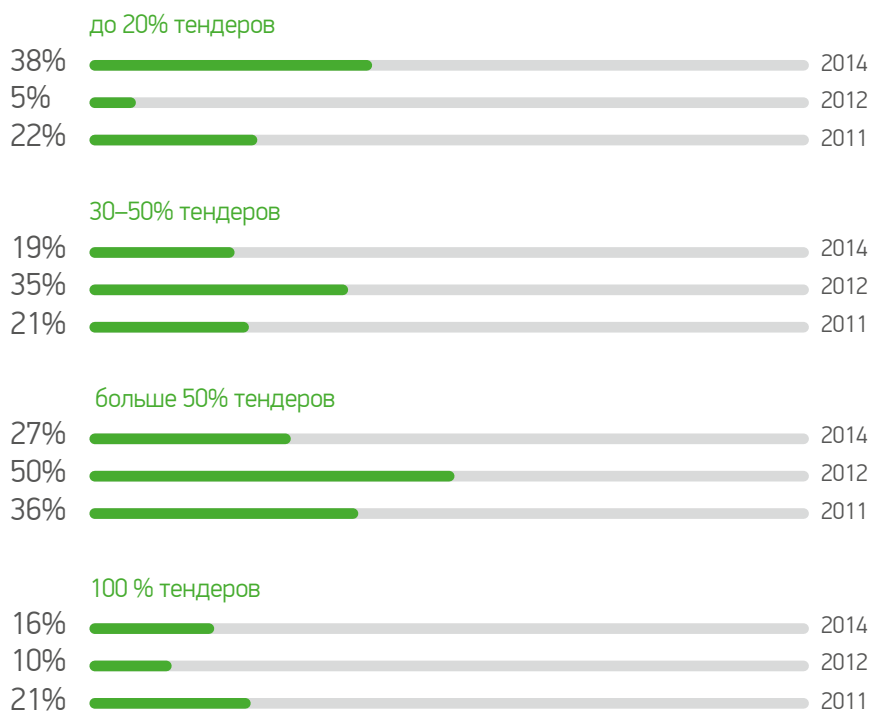
## Средние сроки для предоставления тендерного предложения (с 2014 года)



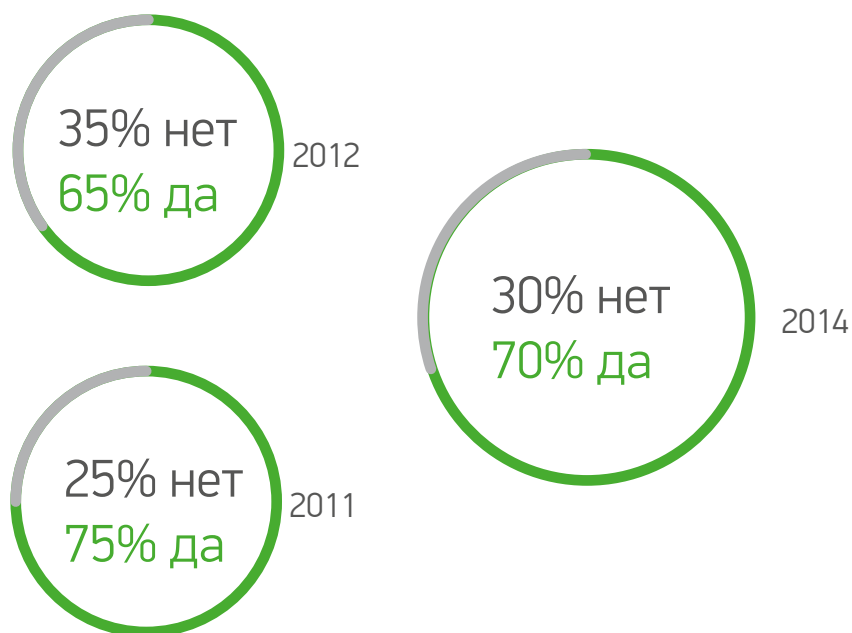
## Процентное соотношение числа агентств, предоставивших креативные разработки в рамках тендеров на бесплатной основе



### Сравнительная динамика числа компаний, которые требовали предоставления бесплатной разработки креативных решений в рамках тендера



### Процентное соотношение числа агентств, получивших приглашения в платные тендеры. Экспертное мнение



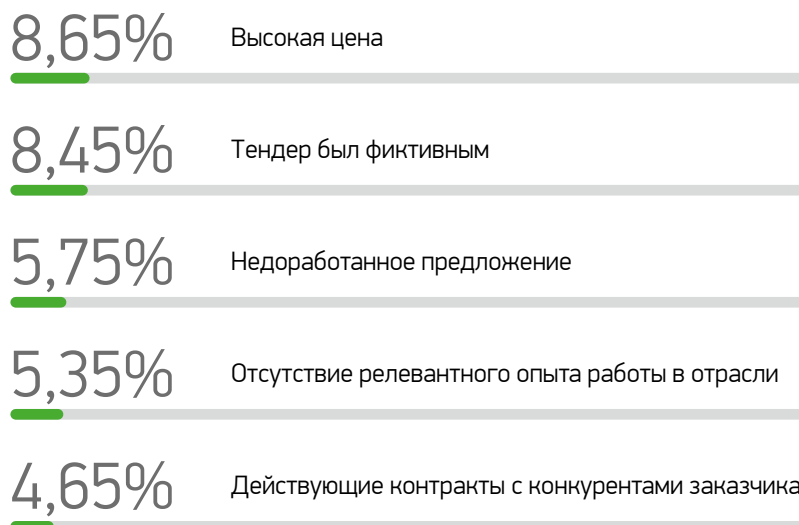
## Факторы, влияющие на приглашение компании к участию в тендере. Экспертное мнение

№	По мнению заказчиков	По мнению агентств
1	Опыт аналогичных проектов у Поставщика	Успешный опыт работы с Заказчиком
2	Проактивность Поставщика	«Громкое имя» компании на рынке услуг
3	Низкая цена на услуги Поставщика	Рекомендация коллег
4	Симпатия и доверие к представителю Поставщика	Доступность и прозрачность информации о компании
5	Членство в АКООС и/или РАСО	Опыт работы с Заказчиком (но не выигрывали тендер)
6	Место в рейтинге коммуникационных агентств	Место в рейтинге коммуникационных агентств
7	«Громкое имя» на рынке услуг	Членство в АКООС и/или РАСО
8	Рекомендация коллег	Опыт и специализация идеально подходят по условиям тендера

## Факторы, влияющие на принятие решения об участии в тендере (по степени важности). Экспертное мнение

2011	2012	2014
Открытость тендера	Четкость клиентского брифа	Открытость тендера (знание участников и критериев отбора)
Четкость клиентского брифа	Известность компании, проводящей тендер	Четкость клиентского брифа
Известность компании, проводящей тендер	Сроки на подготовку предложения	
Знание бюджета тендерных лотов	Открытость тендера	Знание бюджета тендерных лотов
Сроки на подготовку предложения	Знание бюджета тендерных лотов	Репутация сотрудников, проводящих тендер
Репутация сотрудников, проводящих тендер		Известность компании, проводящей тендер
Отсутствие у клиента нацеленности на получение креативных разработок в процессе тендера		

## Причины проигрыша тендера (с 2014 года). Экспертное мнение



## Процентное соотношение числа нарушений при проведении тендеров

Инициаторы тендеров не объявили победителя



## Процентное соотношение числа нарушений при проведении тендеров

Тендеры, которые члены АККОС отнесли к некорректным и непрофессиональным



# Компании, проводившие тендеры наиболее корректно и профессионально

2011 год



2012 год

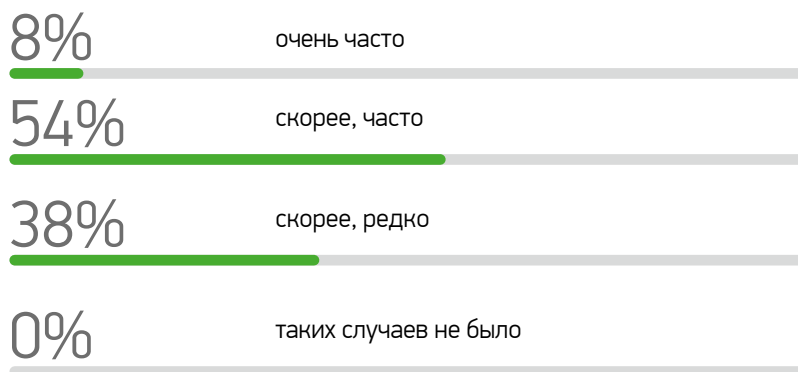


2014 год





## Фиктивные тендеры в практике респондентов (с 2014 года)



## Признаки фиктивных тендеров (с 2014 года)



### Процентное соотношение числа агентств, получивших приглашения в платные тендеры. Экспертное мнение



### Приоритетные направления деятельности рабочей группы на 2016 год:

- Создание тендерного реестра. Проект позволит изучить рынок тендеров, оценить объемы PR-рынка.
- Проведение исследования по тендерам среди заказчиков PR-услуг.
- Обновление Меморандума АКООС о проведении тендеров на закупку PR-услуг.