

**ДНІПРОВСЬКА МІСЬКА РАДА**  
**КОМУНАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО «ОРГАНІЗАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА СЛУЖБА» ДНІПРОВСЬКОЇ**  
**МІСЬКОЇ РАДИ**

49000, Україна, Дніпропетровська область, м. Дніпро, проспект Дмитра Яворницького, буд.75, ЄДРПОУ 38360501,  
категорія: відповідно до п.3, ч.4, ст.2 ЗУ «Про публічні закупівлі» e-mail: oas\_kr@ukr.net

**ОБГРУНТУВАННЯ**

**технічних та якісних характеристик предмета закупівлі, розміру бюджетного призначення,  
очікуваної вартості предмета закупівлі**

(Постанова КМУ від 11 жовтня 2016 р. № 710 «Про ефективне використання державних коштів» (зі змінами))

**ДК 021:2015: (CPV): 72310000-1 - Послуги з обробки даних (Послуги з медіа-аналітичного дослідження інформаційних повідомлень) UA-2023-07-10-008809-а**

1. **Найменування замовника:** Комунальне підприємство «Організаційно-аналітична служба» Дніпровської міської ради;
2. **Місцезнаходження замовника:** 49000, Україна, Дніпропетровська область, м. Дніпро, проспект Дмитра Яворницького, буд.75;
3. **Ідентифікаційний код замовника в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань:** 38360501;
4. **Категорія замовника:** Юридична особа, яка забезпечує потреби держави або територіальної громади;
5. **Назва предмета закупівлі із зазначенням коду та назви відповідних класифікаторів предмета закупівлі і частин предмета закупівлі (лотів) (за наявності):**
6. ДК 021:2015: (CPV): 72310000-1 - Послуги з обробки даних (Послуги з медіа-аналітичного дослідження інформаційних повідомлень), UA-2023-07-10-008809-а
7. **Кількість, місце та строк поставки товарів, виконання робіт чи надання послуг:** 49000, Україна, Дніпропетровська обл., м. Дніпро, проспект Дмитра Яворницького, буд.75; 5 послуг.  
**Вид закупівлі:** Відкриті торги з Особливостями. Ідентифікатор закупівлі UA-2023-07-10-008809-а
8. **Обґрунтування технічних та якісних характеристик предмета закупівлі:**

Термін надання послуг: по 31.12.2023. Інформація про необхідні технічні, якісні та кількісні характеристики предмета закупівлі визначена у Додатку 2 до Тендерної документації, затвердженій рішенням уповноваженої особи № 30 від 12.07.2023 року.

Технічні, кількісні та якісні характеристики предмета закупівлі

Предмет закупівлі: ДК 021:2015: (CPV): 72310000-1 - Послуги з обробки даних (Послуги з медіа-аналітичного дослідження інформаційних повідомлень)

**1. Найменування та опис дослідження**

Проведення регулярного кількісно-якісного дослідження контенту місцевих та всеукраїнських засобів масової інформації (теле-, радіоканалів, друкованих видань, Інтернет ресурсів, соціальних мереж, соцмедійного застосунку ТікТок, відеохостінгу YouTube).

Кількісний аналіз спрямований на:

- виявлення частоти одиниць рахунку і вимірювання
- дослідження статистичних закономірностей і тенденцій, що спостерігаються в інформаційному полі

Якісний аналіз полягає у фіксації та інтерпретації змісту повідомлень.

Головне завдання:

- проводити глибинне дослідження всього медіа-поля міста та регіону з метою формування або коригування комплексної інформаційної політики, стратегії просування та комунікації, оцінки іміджевих загроз тощо

- виявляти та відслідковувати медіа-тренди (ТОП-теми, найбільш згадувані та обговорювані події, персони тощо) для комплексного розуміння наповнення та якості інформаційного поля міста та регіону, а також ЗМІ національного рівня

## 2. Часові межі (періодичність)

Послуга надається у вигляді щоденного, щотижневого, щомісячного та підсумкового звітів.

### а) щоденний звіт

Щоденний аналітичний звіт має складатись з медіа-рейтингу тем (тренди періоду) із зазначенням загальної кількості повідомлень по кожній темі, охоплення та проникнення найбільш резонансних матеріалів, рейтингу згадувань ключових суб'єктів та аналітичного огляду з виділенням та описом ключових подій та персоналій за минулий день.

Звіт щодо контенту ЗМІ надається «сьогодні за попередній день» (від 00:00 до 23:59 дня, що минув) до 12:00 години кожного дня електронною поштою у форматі \*.doc і \*.pdf, в якому додатково разом із аналітичним оглядом наводиться система статистичних показників (у вигляді графіків, схем, таблиць тощо).

Статистичні показники:

- загальна кількість публікацій за період
- рейтинг тем (тренди періоду) із зазначенням загальної кількості повідомлень по кожній темі
- кількість публікацій за типами ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна) у розрізі типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- рейтинг персон, що присутні у повідомленнях
- загальна кількість згадувань кожної персони
- згадування у розрізі тональності (позитивна, нейтральна, негативна) та типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)

Всі зібрані повідомлення мають бути згруповані у масив даних у форматі електронної таблиці \*.xls з обов'язковим кодуванням\*:

- дата публікації
- час публікації
- тип ЗМІ
- назва ресурсу
- назва новини
- тональність новини
- подія
- підтема
- тема
- персони, що згадуються

- тональність згадування персони
- посилання
- охоплення та проникнення найбільш резонансних матеріалів

#### б) щотижневий аналітичний звіт

Щотижневий звіт повинен містити агреговану за відповідний період інформацію, тобто узагальнювати щоденну інформацію, а не просто накопичувати її. Аналітичний огляд має містити детальний аналіз окремих інфоприводів, важливих для Замовника, з урахуванням всіх висловлених ЗМІ або інтернет-користувачами позитивних і негативних тез, зокрема коментування в соцмережах. У випадку наявності негативного інфопривіда, має бути проведений аналіз поширення інформації та прогнозування реакції аудиторії ЗМІ. В аналітичному звіті мають бути наведені та проінтерпретовані індикатори присутності ключових слів / подій та персоналій у ЗМІ протягом тижня (Media Presence) та активності ключових спікерів (Media Favourability Index), розглянута динаміка даних показників протягом тижня та опис причин виявлених пікових значень та спадів.

Звіт щодо контенту всіх типів медіа надається по суботах до 12.00 за період з минулої суботи 00:00 по п'ятницю 23:59 у форматі \*.doc і \*.pdf, в якому додатково разом із аналітичним оглядом наводиться система статистичних показників (у вигляді графіків, схем, таблиць тощо).

#### Статистичні показники:

- загальна кількість публікацій за період
- рейтинг тем (тренди періоду) із зазначенням загальної кількості повідомлень по кожній темі
- кількість публікацій за типами ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна) у розрізі типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- рейтинг персон, що присутні у повідомленнях
- загальна кількість згадувань кожної персони
- згадування у розрізі тональності (позитивна, нейтральна, негативна) та типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)

Всі зібрані повідомлення мають бути згруповані у масив даних у форматі електронної таблиці \*.xls з обов'язковим кодуванням\*:

- дата публікації
- час публікації
- тип ЗМІ
- назва ресурсу
- назва новини
- тональність новини
- подія
- підтема
- тема

- персони, що згадуються
- тональність згадування персони
- посилання

#### в) щомісячний аналітичний звіт

Звіт за місяць повинен містити агреговану за відповідний період інформацію, тобто узагальнювати щоденну та щотижневу інформацію, а не просто накопичувати її.

Аналітичний огляд має містити детальний аналіз окремих інфоприводів протягом місяця, важливих для Замовника з урахуванням всіх висловлених ЗМІ або інтернет-користувачами позитивних і негативних тез. Поглиблений аналіз ключових негативних та позитивних інфопривідів, що включає аналіз поширення даної інформації, вивчення контексту та основних персоналій, що фігурують у повідомленнях за даними інфоприводами. Обов'язковий аналіз охоплення та проникнення найбільш резонансних матеріалів в розрізі дня виходу та звітного місяця. Щомісячний аналітичний звіт має включати значення та інтерпретацію основних індикаторів присутності суб'єктів у ЗМІ протягом місяця (Media Presence) та активності ключових спікерів (Media Favourability Index), розглянута динаміка даних показників протягом місяця та опис причин виявлених пікових значень та спадів.

Щомісячний звіт також має включати:

- Медіа аудит, в якому проводиться всебічний аналіз (кількісний і якісний) аналіз масиву повідомлень в ЗМІ, що стосуються Замовника, інших значущих суб'єктів та персоналій, а також дослідження безпосередньо медійних майданчиків, задіяних в комунікаційній діяльності. Аудит має містити SWOT-аналіз, рекомендації щодо формування, коригування комунікаційної стратегії на подальший період.
- Репутаційний аудит, який передбачає виділення у медіа-полі повідомлень та факторів, що впливають на репутацію Замовника, оцінку їх значущості і детальний експертний аналіз позиціонування Замовника в медіа.
- Аналіз ключових повідомлень – аналіз змісту повідомлень Замовника та його спікерів, оцінка їх представленості та його спікерів, що були поширені у ЗМІ протягом місяця.

Щомісячний звіт щодо контенту всіх типів медіа подається не пізніше сьомого числа наступного місяця за місяць, що минув у форматі \*.doc і \*.pdf, в якому додатково разом із аналітичним оглядом наводиться система статистичних показників (у вигляді графіків, схем, таблиць тощо).

Статистичні показники:

- загальна кількість публікацій за період
- рейтинг тем (тренди періоду) із зазначенням загальної кількості повідомлень по кожній темі
- кількість публікацій за типами ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна) у розрізі типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- рейтинг персон, що присутні у повідомленнях
- загальна кількість згадувань кожної персони
- згадування у розрізі тональності (позитивна, нейтральна, негативна) та типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)

Всі зібрані повідомлення мають бути згруповані у масив даних у форматі електронної таблиці \*.xls з обов'язковим кодуванням\*:

- дата публікації
- час публікації
- тип ЗМІ
- назва ресурсу
- назва новини
- тональність новини
- подія
- підтема
- тема
- персони, що згадуються
- тональність згадування персони
- посилання

#### Тримісячний аналітичний звіт

Звіт за три місяці повинен містити агреговану за відповідний період інформацію, тобто узагальнювати щоденну, щотижневу та щомісячну інформацію, а не просто накопичувати її.

Аналітичний огляд має містити детальний аналіз окремих інфоприводів протягом трьох місяців, важливих для Замовника з урахуванням всіх висловлених ЗМІ або інтернет-користувачами позитивних і негативних тез. Поглиблений аналіз ключових негативних та позитивних інфопривідів, що включає аналіз поширення даної інформації, вивчення контексту та основних персоналій, що фігурують у повідомленнях за даними інфоприводами. Обов'язковий аналіз охоплення та проникнення найбільш резонансних матеріалів в розрізі дня виходу та звітного періоду. Тримісячний аналітичний звіт має включати значення та інтерпретацію основних індикаторів присутності суб'єктів у ЗМІ протягом трьох місяців (Media Presence) та активності ключових спікерів (Media Favourability Index), розглянута динаміка даних показників протягом трьох місяців та опис причин виявлених пікових значень та спадів.

тримісячний аналітичний звіт також має включати:

- Медіа аудит, в якому проводиться всебічний аналіз (кількісний і якісний) аналіз масиву повідомлень в ЗМІ, що стосуються Замовника, інших значущих суб'єктів та персоналій, а також дослідження безпосередньо медійних майданчиків, задіяних в комунікаційній діяльності. Аудит має містити SWOT-аналіз, рекомендації щодо формування, коригування комунікаційної стратегії на подальший період.
- Репутаційний аудит, який передбачає виділення у медіа-полі повідомлень та факторів, що впливають на репутацію Замовника, оцінку їх значущості і детальний експертний аналіз позиціонування Замовника в медіа.
- Аналіз ключових повідомлень – аналіз змісту повідомлень Замовника та його спікерів, оцінка їх представленості та його спікерів, що були поширені у ЗМІ протягом звітного періоду.

Тримісячний звіт щодо контенту всіх типів медіа подається протягом семи днів з дня завершення трьох місяців надання послуг у форматі \*.doc і \*.pdf, в якому додатково разом із аналітичним оглядом наводиться система статистичних показників (у вигляді графіків, схем, таблиць тощо).

Статистичні показники:

- загальна кількість публікацій за період
- рейтинг тем (тренди періоду) із зазначенням загальної кількості повідомлень по кожній темі
- кількість публікацій за типами ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соціалмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна) у розрізі типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соціалмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)
- рейтинг персон, що присутні у повідомленнях
- загальна кількість згадувань кожної персони
- згадування у розрізі тональності (позитивна, нейтральна, негативна) та типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соціалмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube)

Всі зібрані повідомлення мають бути згруповані у масив даних у форматі електронної таблиці \*.xls з обов'язковим кодуванням\*:

- дата публікації
- час публікації
- тип ЗМІ
- назва ресурсу
- назва новини
- тональність новини
- подія
- підтема
- тема
- персони, що згадуються
- тональність згадування персони
- посилання

г) підсумковий розгорнутий медіа аналітичний звіт

Наприкінці року надається зведений аналітичний звіт щодо висвітлення діяльності Дніпровської міської ради, що складається із інтерпретації отриманих статистичних даних (графіків, схем, таблиць тощо), розгорнутих висновків, SWOT-аналізу, виявлення тенденцій. Розглянута та проінтерпретована динаміка основних статистичних показників протягом року.

Всі повідомлення зібрані протягом року мають бути згруповані у єдиний масив даних у форматі електронної таблиці \*.xls з обов'язковим кодуванням\*:

- дата публікації
- час публікації
- тип ЗМІ
- назва ресурсу

- назва новини
- тональність новини
- подія
- підтема
- тема
- персони, що згадуються
- тональність згадування персони
- посилання

### 3. Вибіркова сукупність досліджуваних джерел

Джерела інформації: інформаційне поле міста Дніпра та регіону (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube), а також загальноукраїнські теле-, радіоканали, друковані видання, Інтернет ресурси та соціальні мережі, соцмедійний застосунок ТікТок, відеохостінг YouTube, де зафіксована інформація про м. Дніпро, пряме або опосередковане згадування Дніпровської міської ради, її виконавчих органів, депутатського корпусу, міського голови м. Дніпра та ключових персон і слів, за якими проводиться моніторинг, у різних варіаціях словосполучень.

Обсяг вибірки: всі повідомлення, що відповідають узгодженим із Замовником критеріям відбору.

Точка відліку – тема. Тема складається із подій, які у свою чергу поєднують новини. Тобто новини групуються у події, події у підтеми, підтеми – у теми.

Обов'язковою умовою для вибірки є включення у дослідження затверджених із Замовником джерел, в яких до опрацювання береться 100% контенту медіа-ресурсів (24/7).

\* Кодування масиву даних (публікацій) відбувається за наданим замовником кодифікатором (теми і підтеми). Повідомлення, в яких не зафіксовані ключові персони, кодуються як безсуб'єктні.

Перелік ЗМІ, ключові персони (у кількості 50+ суб'єктів) і слова погоджуються із Замовником. У процесі можуть відбуватися уточнення та вноситися корективи до заздалегідь погодженого списку.

Під моніторинг потрапляють випуски новин на всіх радіостанціях виключно з аналогового ефіру радіомовлення.

Запуск випусків новин на ТВ каналах буде проводитись з ефірного мовлення у форматі Т2 у прямому ефірі у вечірній час. Запис окремих телепрограм за узгодженням із Замовником.

Звіти по радіо- та телемовленню будуть додані в основний звіт по моніторингу щодня і щотижня/щомісяця зі збереженням основної форми звіту.

Замовник може вимагати запис теле- та радіоефіру за період, що моніторився.

З метою своєчасного надання послуг та уникнення випадків недобросовісної конкуренції, Учасники процедури закупівлі повинні надати в складі тендерної пропозиції документи, які підтверджують відповідність тендерної пропозиції Учасника умовам технічної специфікації предмета закупівлі встановленим Замовником у Додатку 2 «Технічні, кількісні та якісні характеристики предмета закупівлі».

Учасник у складі пропозиції надає довідку в довільній формі, який містить інформацію з посиланням та доступом до аудіо та відео матеріалів записів радіо та теле-ефірів.

Запис телеефіру повинен містити записи прямих ефірів вечірнього випуску новин у період з 18.00 до 22.00 з записом не менше однієї хвилини до початку випуску та не менше однієї хвилини після

закінчення випуску у форматі T2 наступних телеканалів: Д1, Дніпро ТВ, 11 канал за 3 дні у період подачі пропозиції.

Запис прямого ефіру повинен містити запис прямого ефіру з 7.00 до 19.00 на відповідній частоті м. Дніпра виключно з аналогового ефіру радіомовлення на радіостанціях: «Байрактар», «Інформатор», «П'ятниця», «Суспільний», «Радіо РОКС» протягом трьох днів поспіль у період подачі пропозиції.

Записи радіоефірів надаються у форматі MP3/MP4 або в іншому, придатному для використання.

У разі технічної неможливості відкрити та прочитати файл вважається, що учасник не надав підтвердження відповідності тендерної пропозиції умовам технічної специфікації та іншим вимогам щодо предмета закупівлі тендерної документації.

#### **Обґрунтування розміру бюджетного призначення:**

Розмір бюджетного призначення передбачено планом використання бюджетних коштів комунального підприємства «Організаційно-аналітична служба» Дніпровської міської ради згідно з програмою розвитку місцевого самоврядування, соціальних заходів для людей похилого віку та висвітлення діяльності Дніпровської міської ради на 2021-2025 роки, затвердженою рішенням Дніпровської міської ради від 23.09.2020 року № 20/61, зі змінами.

#### **Обґрунтування очікуваної вартості предмета закупівлі:**

Очікувана вартість предмета закупівлі 650 000 грн з ПДВ (шістсот п'ятдесят тисяч грн. 00 коп.). Визначення очікуваної вартості предмета закупівлі здійснено з урахуванням затвердженої центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері публічних закупівель, примірної методики визначення очікуваної вартості предмета закупівлі, затвердженої Наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України (Мінекономіки) від 18.02.2020 № 275 "Про затвердження примірної методики визначення очікуваної вартості предмета закупівлі", зі змінами, методом порівняння ринкових цін, отриманих шляхом пошуку, збору та аналізу загальнодоступної інформації про ціну послуг, що містяться в мережі Інтернет у відкритому доступі, в тому числі на сайтах виробників та/або постачальників відповідної продукції, спеціалізованих торговельних майданчиках, в електронних каталогах, рекламі, прас-листах, в електронній системі закупівель «Prozorro.gov.ua» та на аналогічних торговельних майданчиках, інформацію, отриману шляхом проведення попередніх ринкових консультацій також враховуються ціни попередніх власних закупівель замовника аналогічних/ідентичних товарів/послуг, ціни відповідних закупівель минулих періодів, інформація про які міститься в електронній системі закупівель Prozorro з урахуванням індексу інфляції, які приведені до єдиних умов.

Уповноважена особа

10 червня 2023 року

  
Ірина ГЕТЬМАН