

**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»-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 щодо діяльності Дніпровської міської ради, її депутатського корпусу, виконавчих органів та посадових осіб у місцевих та всеукраїнських засобах масової інформації (теле-, радіоканалах, друкованих виданнях, Інтернет ресурсах, соціальних мережах)

**UA-2021-01-14-003510-a**

1. **Найменування замовника:** Комунальне підприємство «Організаційно-аналітична служба» Дніпровської міської ради;
2. **Міцезнаходження 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):** ДК 021:2015: (CPV): 72310000-1 - Послуги з обробки даних (Послуги з медіа-аналітичного дослідження інформаційних повідомлень щодо діяльності Дніпровської міської ради, її депутатського корпусу, виконавчих органів та посадових осіб у місцевих та всеукраїнських засобах масової інформації (теле-, радіоканалах, друкованих виданнях, Інтернет ресурсах, соціальних мережах);
6. **Кількість, місце та строк поставки товарів, виконання робіт чи надання послуг:** 49000, Україна, Дніпропетровська область, Дніпро, проспект Дмитра Яворницького, буд.75; 10 послуг; до 31 грудня 2021 року.
7. **Вид закупівлі:** Відкриті торги. Ідентифікатор закупівлі UA-2021-01-14-003510-a.

**Обґрунтування технічних та якісних характеристик предмета закупівлі:**

Термін надання послуг: до 31 грудня 2021 року. Інформація про необхідні технічні, якісні та кількісні характеристики предмета закупівлі визначена у Додатку 2 до Тендерної документації, затвердженої рішенням уповноваженої особи від 14 січня 2021 року № 1.

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 щодо діяльності Дніпровської міської ради, її депутатського корпусу, виконавчих органів та посадових осіб у місцевих та всеукраїнських засобах масової інформації (теле-, радіоканалах, друкованих виданнях, Інтернет ресурсах, соціальних мережах)

**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).

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, 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)
- тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна) у розрізі типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі)
- 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)

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

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. 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)



- тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна) у розрізі типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі)
- 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)

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. 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)
- тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна) у розрізі типів ЗМІ (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі)
- 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)

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 та надання рекомендацій. Підсумковий звіт має містити розділи медіа- та репутаційного аудиту повідомлень в ЗМІ протягом року, що стосуються Замовника, та розгорнуті експертні рекомендації щодо формування та коригування комунікаційної стратегії в майбутньому. 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: все інформаційне поле міста Дніпра та регіону (теле-, радіоканали, друковані видання, електронні ЗМІ, соціальні мережі), а також загальноукраїнські теле-, радіоканали, друковані видання, Інтернет ресурси та соціальні мережі, 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. В процесі можуть відбуватися уточнення та вноситися корективи до заздалегідь погодженого списку.

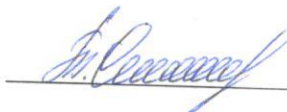
### Обґрунтування розміру бюджетного призначення:

Розмір бюджетного призначення передбачено кошторисом комунального підприємства «Організаційно-аналітична служба» Дніпровської міської ради згідно з рішенням міської ради «Про бюджет Дніпровської міської територіальної громади на 2021 рік» від 16.12.2020 року № 13/1-2, зі змінами та 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 447 300,00 грн. (чотириста сорок сім тисяч триста грн. 00 коп.). Визначення очікуваної вартості предмета закупівлі здійснено з урахуванням затвердженої центрального 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 товарів та 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.

14 січня 2021 року

 Уповноважена особа  
Т.Ю.Сіданченко