

«УТВЕРЖДАЮ»

Заместитель Председателя

Правления АКБ «Агробанк»

Э.А.Кахоров



_____ 2022 года

ЗАКУПОЧНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

ПО ОТБОРУ НАИЛУЧШИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

для участника отбора

на выполнение работ по медиапланированию и размещению
рекламных роликов АКБ Агробанк на телевизионных каналах

Ташкент – 2022 г.

Оглавление

- I. Инструкция для участника отбора;
- II. Информационная таблица отбора;
- III. Техническое задание.
- IV. Проект договора

I. ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКА ОТБОРА

- 1 Общие положения.
- 1.1 Настоящая документация разработана в соответствии с требованиями Закона Республики Узбекистан «О государственных закупках» (далее - Закон) за №684 от 22.04.2021 года.
- 1.2 Предмет отбора: Медиапланирование и размещение рекламных роликов АКБ Агробанк на телевизионных каналах
- 1.3 Цены, указанные в предложении, не должны превышать стартовую цену соответствующего лота.
- 1.4 Техническое задание на оказание услуг представлено в технической части документации.
- 1.5 **Для участия в отборе участник должен:**
- 1.6 Подать документы и предложение в соответствии с требованиями настоящего ИУК.
- 1.7 Любая документация и информация, представленная участником отбора, является конфиденциальной и не сообщается лицам, официально не имеющим отношения к данному отбору.
- 2 Организаторы отбора.
- 2.1 Центральное операционное управление АКБ «Агробанк» является заказчиком (далее – «Заказчик») настоящих торгов.
- 2.2 Адрес: 100096, г. Ташкент, Чиланзарский район, ул. Мукикий, д. 43
- 2.3 Контактное лицо заказчика:
Бегматэжонов Хондамир
- 2.4 Отбор проводится комиссией, созданной Заказчиком, в составе не менее 5 членов и 1 секретаря комиссии
- 3 Язык отбора.
- 2.1 Предложение и вся связанная с ним корреспонденция, и документация, которые осуществляются участником и заказчиком, должны быть на языке, указанном в ИТК.

4. **Участники отбора** 4.1 В отборе могут принять участие любые юридические лица резиденты и нерезиденты, независимо от форм собственности, за исключением юридических лиц, приведённых в 5.2.
5. **Порядок проведения отбора** 5.1 Для участия в отборе, участнику отбора необходимо:
- а) скачать электронную версию документации по отбору лучшего предложения, размещённой на специальном информационном портале государственных закупок (<http://etender.uzex.uz/>);
 - б) подать предложение в соответствии с требованиями документации по отбору лучшего предложения.
- 5.2 **К участию в отборе не допускаются участники:**
- а) находящиеся в стадии реорганизации, ликвидации или банкротства, на имущество которых наложен арест, а также имеющие непосредственную организационно-правовую или финансовую зависимость друг от друга, выраженную в форме актов учредительства, финансового участия, холдинга и других форм;
 - б) находящиеся в состоянии судебного или арбитражного разбирательства с заказчиком;
 - в) зарегистрированные в государствах или на территориях, предоставляющих льготный налоговый режим и/или не предусматривающих раскрытие и предоставление информации при проведении финансовых операций (оффшорные зоны), а также на счета нерезидентов в банках, находящихся в оффшорных зонах;
 - г) находящиеся в Едином реестре недобросовестных исполнителей;
 - д) имеющие задолженности по уплате налогов и других обязательных платежей.
6. **Срок действия и валюта предложения, предполагаемый срок работ и условия** 6.1 Стоимость указывается в ИТК.
- 6.2 Работы должны быть завершены не позднее срока, указанного в ИТК.
- 6.3 Участник не вправе указывать иные условия

выполнения работ.

выполнения работ и финансирования, не предусмотренные условиями отбора.

6.4 Заказчик вправе принять обоснованное решение о внесении изменений в документацию не позднее, чем за три дня до даты окончания срока подачи предложений.

7. Внесение изменений в документацию.

7.1 Изменения наименования, спецификации и технических требований, а также предельной стоимости работ, допускаются только с согласования закупочной комиссии. При этом срок окончания подачи предложений в этом отборе должен быть продлен не более чем на десять дней. Одновременно с этим вносятся изменения в объявление о проведении отбора, если была изменена информация, указанная в объявлении.

7.2 После завершения срока подачи предложений внесение изменений в условия отбора не допускается.

7.3 Все изменения в документацию (условия отбора) вносятся заказчиком и размещаются на специальном информационном портале со дня их внесения, но не позднее чем за три дня до даты окончания срока подачи предложений.

7.4 Все изменения считаются неотъемлемой частью документации по отбору лучшего предложения.

7.5 Участник отбора вправе направить заказчику запрос о даче разъяснения положений документации по отбору лучшего предложения не позднее срока, указанного в ИТК. В течение двух рабочих дней с даты поступления указанного запроса, заказчик обязан направить в установленной форме разъяснения положений документации по отбору лучшего предложения, не позднее, чем за два дня до даты окончания срока подачи предложений. Разъяснения положений документации по отбору лучшего предложения не должны изменять ее сущность.

8. Разъяснения и уточнения участникам, внесение изменений и/или отзыв и

8.1 Участник отбора имеет право направить заказчику запрос о даче разъяснений положений документации по отбору лучшего предложения посредством открытого

**продление сроков
подачи предложений.**

электронного чата, но не позднее чем за два дня до даты окончания срока подачи предложений.

8.2 Заказчик вправе не отвечать на запросы участников, поступившие позже установленного срока.

8.3 До окончания срока подачи предложений участник по собственной инициативе вправе внести изменения или представить дополнения в свое ранее представленное предложение.

8.4 Участник вправе отозвать свое предложение до окончания срока подачи предложений.

**9. Вскрытие и оценка
предложений.**

9.1 Срок рассмотрения и оценки предложений участников отбора не может превышать десять дней с момента окончания подачи предложений

9.2 В случае установления недостоверности информации, содержащейся в документах, представленных участником отбора, закупочная комиссия вправе отстранить такого участника от участия в отборе на любом этапе закупочной процедуры.

9.3 Закупочная комиссия примет во внимание финансовые, технические и производственные возможности участника отбора. Решение закупочной комиссии будет основано на изучении данных участника, представленных им, а также другой подобной информации, которая будет сочтена необходимой и относящейся к предмету отбора.

9.4 **В соответствии с требованиями документации по отбору лучшего предложения оценка предложений и определение победителя отбора производятся на основании:**

- а) критериев, изложенных в техническом задании документации по отбору лучшего предложения;
- б) соответствия предложенных цен пределам установленной заказчиком стоимости предмета отбора.
- в) Закупочная комиссия проводит обоснованную оценку предложений и определяет победителя отбора или вправе принять иное решение.

- 9.5 Предложения, превышающие предельную стоимость, указанную в ИТК будут отклонены. Остальные предложения будут изучаться, и оцениваться на предмет их полноты, соответствия требованиям заказчика, наличия арифметических ошибок.
- 9.6 Победителем признается участник отбора, предложивший лучшие условия исполнения договора на основе критериев и требований, указанных в документации по отбору лучшего предложения и предложении.
- 9.7 Участник отбора, объявленный по решению закупочной комиссии победителем отбора, получит от заказчика соответствующее письменное извещение.
- 9.8 Заказчик имеет право вступать в переговоры с победителем отбора о снижении цены.

10. Прочие условия

- 10.1 Участники, изъявившие желание участвовать в отборе, имеют право обратиться Заказчику для получения разъяснений относительно проводимого отбора
- 10.2 Участник отбора вправе направить Заказчику запрос о даче разъяснений положений документации по отбору лучшего предложения в форме, определённой в объявлении на проведение отбора. В течение двух рабочих дней с даты поступления указанного запроса Заказчик обязан направить в установленной форме разъяснения положений документации по отбору лучшего предложения, если указанный запрос поступил не позднее, чем за два дня до даты окончания срока подачи предложений. Разъяснения положений документации по отбору лучшего предложения не должны изменять её сущность.
- 10.3 Отбор признаётся состоявшимся, если на момент окончания срока подачи предложений закупочной комиссией получено не менее двух предложений от участников отбора, соответствующих требованиям, указанным в документации по отбору лучшего предложения.
- 10.4 Отбор может быть объявлен комиссией не состоявшимся в нижеследующих случаях:
- а) Если в отборе принял участие один участник

или никто не принял участие;

- б) Если по результатам рассмотрения предложений комиссия отклонила все предложения ввиду несоответствия требованиям документации по отбору лучшего предложения.

10.5 Заказчик имеет право отменить отбор в любое время до акцепта выигравшего предложения. Заказчик в случае отмены отбора публикует обоснованные причины данного решения на специальном информационном портале.

11. Заключение договора.

11.1 Проект договора является предварительным, его условия могут быть изменены по согласованию сторон в частях, не противоречащих условиям отбора.

11.2 В случае, если одна из сторон не согласна с предложениями другой стороны, то договор заключается на условиях, предусмотренных настоящей документацией.

11.3 Победитель отбора должен подписать и оформить договор в двух экземплярах и вернуть его заказчику в течение десяти календарных дней после получения уведомления.

11.4 В случае если победитель отбора отказывается заключать договор на условиях отбора, право заключения договора переходит к резервному исполнителю. При этом резервный исполнитель может заключить договор по цене, предложенной победителем отбора или отказаться от заключения

11.5 Несвоевременное подписание договора победителем может расцениваться как отказ от заключения договора. В этом случае будет рассматриваться приемлемое предложение следующего (резервного – занявшее второе место по итогу оценки) участника отбора.

11.6 Протокол рассмотрения и оценки предложений подписывается закупочной комиссией, и выписка из него опубликовывается на специальном информационном портале в течение трех рабочих дней со дня его подписания.


II. ИНФОРМАЦИОННАЯ ТАБЛИЦА ОТБОРА

Данный раздел включает в себя специальные положения, касающиеся предмета отбора, и дополняющие информацию или требования, приведенные в других разделах документации по отбору лучшего предложения.

№ ИУК	Наименование раздела	Пояснения к разделам
1.1	Заказчик:	Центральное операционное управление АКБ «Агробанк»
1.2	Предмет отбора:	Медиапланирование и размещение рекламных роликов АКБ Агробанк на телевизионных каналах
1.3	Адрес и контакты Заказчика:	Республика Узбекистан, адрес: 100096, г. Ташкент, Чиланзарский район, ул. Мукумий, д. 43 e-mail: marketing@agrobank.uz
1.4	Контактное лицо:	Begmatjonov Hondamir
1.5	Объявление о отборе опубликовано:	Специальный информационный портал: www.etender.uzex.uz
2	Язык отбора:	Узбекский и русский языки
3	Подача предложений:	Онлайн
4	Срок действия предложения:	45 дней после представления предложения
5	Валюта предложения:	Узбекские сумы
6	Срок поставки	90 дней
7	Сроки обращения участников за разъяснениями к документации по отбору лучшего предложения:	5 дней до даты окончания срока подачи предложения
9	Необходимые документы на участие в отборе:	Наличие разрешительных документов
10	Критерии, суб-критерии и система оценок для оценки полного технического предложения:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соответствие Цены; 2. Соответствие срока выполнения работ; 3. Опыт работы в данной сфере; 4. Соответствие базиса поставки; 5. Соответствие характеристик и качественных показателей; 6. Условия платежа и гарантии.
11	Предельная стоимость заказчика:	1 300 000 000 (Один миллиард, триста миллионов) сумов

III. ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1.	Цель проекта:	1.	Разработать эффективную стратегию размещения рекламной коммуникации													
		2.	Увеличение знания о марке и знания о продукте среди Целевой аудитории													
		3.	Увеличение количества заявок на рекламируемые продукты банка													
2.	Задачи проекта:	1	Анализ размещения конкурентов для дальнейшей разработки медиастратегии													
		2	Разработка стратегии размещения рекламных роликов Агробанк на телевизионных каналах на основании закупки рейтингов.													
		3	Разработка медиаплана на период размещения													
		4	Мониторинг выходов согласно медиаплану													
		5	Отработка невыходов													
		6	Предоставлять ежемесячные и еженедельные отчеты по эфирам и конкурентам.													
		7	Обеспечить размещение рекламных материалов Агробанка на телевизионных каналах согласно медиаплану													
		8	Целевая аудитория, хронометражи и рекламные кампании <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="width: 20%; text-align: center;">Хронометраж Сек</th> <th style="width: 20%; text-align: center;">ЦА</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Рекламная кампания 1</td> <td style="text-align: center;">30, 15</td> <td>Жен 25-50 (70%) Муж 25 – 50 (30%)</td> </tr> <tr> <td>Рекламная кампания 2</td> <td style="text-align: center;">40, 30, 5</td> <td>Муж 35-55 (70%) Жен 25 - 50 (30%)</td> </tr> </tbody> </table>						Хронометраж Сек	ЦА	Рекламная кампания 1	30, 15	Жен 25-50 (70%) Муж 25 – 50 (30%)	Рекламная кампания 2	40, 30, 5	Муж 35-55 (70%) Жен 25 - 50 (30%)
			Хронометраж Сек	ЦА												
Рекламная кампания 1	30, 15	Жен 25-50 (70%) Муж 25 – 50 (30%)														
Рекламная кампания 2	40, 30, 5	Муж 35-55 (70%) Жен 25 - 50 (30%)														
9	Размещение в эфире следующих телеканалов:															
				Доля фиксированного размещения	Доля прайма по GRP30"											
Каналы	GRP 30" февраль	GRP 30" март	GRP 30" всего	100%	50%											
ZO`R TV	200	200	400													
SEVIMLI TV	175	175	350													
MILLIY TV	150	150	300													
MY5	100	100	200													
ИТОГО	625	625	1250													



		10	Минимальное количество рейтингов 1250
		11	Доля фиксированного размещения 100%
3.	Ожидаемые результаты:	1.	Эффективные показатели OTS, Reach и Frequency
		2.	Увеличение показателя знания о марки
4.	Требования к агентствам	1.	Иметь опыт работы с успешными брендами.
		2.	Наличие профессионального штата сотрудников
		3.	Иметь возможность приобретения рейтингов на частных каналах через IMS (приветствуется)
5.	Этапы реализации работы	1.	Анализ конкурентов и разработка медиастратегии
		2.	Создание медиаплана
		3.	Размещение рекламных материалов согласно медиаплану
6.	Условия оплаты и поставки		Участником торгов должно быть предоставлено обеспечение в виде залоговой суммы в размере 3% от предельной стоимости отбора;
			Оплата за медиа размещения на телевизионных каналах осуществляется Заказчиком в порядке 100% ежемесячной предоплаты не позднее 5 (пяти) рабочих дней после получения счета на оплату. Счет на оплату выставляется согласно Спецификации к Договору.
			Срок оказания услуг:90 дней
7.	Метод оценки поступивших предложений		Предложения участников будут оцениваться посредством бального метода с соотношением 70% весовой коэф. технико-квалификационной части к 30% весовой коэф. ценовой части

Таблица критериев оценки поступивших предложений

Максимально возможный балл по торгам

100

Минимальный проходной балл по торгам

55

№	Наименование требования	Описание требования	Значение	Обязательность	Метод оценки	Название файла (обязательность прикрепления)	Мин. балл	Макс. балл
1	Нахождение в стадии реорганизации, ликвидации и банкротства	Участник отбора не должен находиться в стадии реорганизации, ликвидации и банкротства	Текстовое	Критично	Экспертная	Гарантийное письмо участника (Обязательное)	0	10
2	Информация о судебных разбирательствах	Участник не должен находиться на стадии судебного разбирательства с Заказчиком	Текстовое	Критично	Экспертная	Гарантийное письмо участника (Обязательное)	0	10
3	Информация по уплате налогов и других обязательных платежей в бюджет	Участник не должен иметь задолженностей по уплате налогов и других обязательных платежей перед бюджетом	Текстовое	Критично	Экспертная	Справка с ГНИ (Обязательное)	0	10
4	Наличие штата сотрудников	Участник отбора для данного проекта должен иметь в штате не менее 3 оформленных сотрудников	Текстовое	Критично	Экспертная	Список сотрудников с ФИО, должностями, выписка из приказа или копия трудовой книжки (обязательное)	0	14
5	Опыт работы	Участник отбора должен иметь опыт работы в сфере рекламы не менее 1 лет	Текстовое	Критично	Экспертная	Копия свидетельства о государственной регистрации	0	14
6	Портфолио	Участник отбора должен иметь опыт крупными брендами и банками	Текстовое	Критично	Экспертная	Портфолио компании в PDF или PPT	0	14



7	Соответствие базиса поставки	Базис поставки должен соответствовать требованиям, указанным в техническом задании данного отбора	Текстовое	Критично	Экспертная	Медиаплан с подробным описанием всех рейтингов (подробности в техническом задании) (Обязательное)	0	14
8	Предоставлять обзор медиарынка	Участник отбора должен предоставлять обзор медиарынка каждые 6 месяцев в течении года	Текстовое	Критично	Экспертная	Гарантийное письмо участника (Обязательное)	0	14

Директор департамента стратегического анализа и развития банковской деятельности



У.Файзуллаев

