

«УТВЕРЖДАЮ»

Заместитель Председателя
Правления АКБ «Агробанк»

Э.А.Кахоров



_____ 2022 года

ЗАКУПОЧНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

ПО ОТБОРУ НАИЛУЧШИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

для участников отбора на выполнение работы по разработке разного вида креативных идей, SMM стратегии и внутренней коммуникации для АКБ «AGROBANK».

Ташкент – 2022 г.

Оглавление

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

I. ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКА КОНКУРСА (ИУК)

- 1 **Общие положения.**
 - 1.1 Настоящая конкурсная документация разработана в соответствии с требованиями Закона Республики Узбекистан «О государственных закупках» (далее - Закон) за №684 от 22.04.2021 года.
 - 1.2 Предмет конкурса: Разработка SMM стратегии и внутренней коммуникации для АКБ «AGROBANK»..
 - 1.3 Цены, указанные в конкурсном предложении, не должны превышать стартовую цену соответствующего лота.
 - 1.4 Техническое задание на оказание услуг представлено в технической части конкурсной документации.
 - 1.5 **Для участия в конкурсе участник должен:**
 - 1.6 Подать документы и конкурсное предложение в соответствии с требованиями настоящего ИУК.
 - 1.7 Любая документация и информация, представленная участником конкурса, является конфиденциальной и не сообщается лицам, официально не имеющим отношения к данному конкурсу.
- 2 **Организаторы конкурса.**
 - 2.1 Центральное операционное управление АКБ «AGROBANK» является заказчиком (далее – «Заказчик») настоящих конкурсных торгов.
 - 2.2 Адрес: 100096, г. Ташкент, Чиланзарский район, ул. Мукимий, д. 43
 - 2.3 Контактное лицо заказчика:
Бегматжонов Хондамир
 - 2.4 Конкурс проводится конкурсной комиссией, созданной Заказчиком, в составе не менее 5 членов и 1 секретаря комиссии
- 3 **Язык конкурса.**
 - 2.1 Конкурсное предложение и вся связанная с ним корреспонденция, и документация, которые осуществляются участником и заказчиком, должны быть на языке, указанном

в ИТК.

4. Участники конкурса

4.1

В конкурсе могут принять участие любые юридические лица резиденты и нерезиденты, независимо от форм собственности, за исключением юридических лиц, приведённых в 5.2.

5. Порядок проведения конкурса

5.1

Для участия в конкурсе, участнику конкурса необходимо:

- а) скачать электронную версию конкурсной документации, размещённой на специальном информационном портале государственных закупок (<http://etender.uzex.uz/>);
- б) подать конкурсное предложение в соответствии с требованиями конкурсной документации.

5.2

К участию в конкурсе 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 конкурсного 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 и финансирования, не

выполнения работ.

- 6.4 Заказчик вправе принять обоснованное решение о внесении изменений в конкурсную документацию не позднее, чем за три дня до даты окончания срока подачи конкурсных предложений.
7. **Внесение изменений в конкурсную 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 конкурсных предложений в этом конкурсе должен быть продлен не более чем на десять дней. Одновременно с этим вносятся изменения в объявление о проведении конкурса, если была изменена информация, указанная в объявлении.
- 7.2 После завершения срока подачи конкурсных предложений внесение изменений в условия конкурса не допускается.
- 7.3 Все изменения в конкурсную документацию (условия конкурса) вносятся заказчиком и размещаются на специальном информационном портале со дня их внесения, но не позднее чем за три дня до даты окончания срока подачи конкурсных предложений.
- 7.4 Все изменения считаются неотъемлемой частью конкурсной документации.
- 7.5 Участник конкурса вправе направить заказчику запрос о даче разъяснения положений конкурсной документации не позднее срока, указанного в ИТК. В течение двух рабочих дней с даты поступления указанного запроса, заказчик обязан направить в установленной форме разъяснения положений конкурсной документации, не позднее, чем за два дня до даты окончания срока подачи предложений. Разъяснения положений конкурсной документации не должны изменять ее сущность.
8. **Разъяснения и уточнения участникам, внесение изменений и/или отзыв и**
- 8.1 Участник конкурса имеет право направить заказчику запрос о даче разъяснений положений конкурсной документации посредством открытого электронного чата, но

**продление сроков
подачи конкурсных
предложений.**

не позднее чем за два дня до даты окончания
срока подачи конкурсных предложений.

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

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

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

**9. Вскрытие и оценка
конкурсных
предложений.**

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

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

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

9.4 **В соответствии с требованиями конкурсной
документации оценка конкурсных
предложений и определение победителя
конкурса производятся на основании:**

- а) критериев, изложенных в техническом
задании конкурсной документации;
- б) соответствия предложенных цен пределам
установленной заказчиком стоимости
предмета конкурса.
- в) Закупочная комиссия проводит обоснованную
оценку конкурсных предложений и
определяет победителя конкурса 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 конкурса, предложивший лучшие условия исполнения договора на основе критериев и требований, указанных в конкурсной документации и предложении.

9.7 Участник конкурса, объявленный по решению закупочной комиссии победителем конкурса, получит от заказчика соответствующее письменное извещение.

9.8 Заказчик имеет право вступать в переговоры с победителем конкурса о снижении цены.

10. Прочие условия

10.1 Участники, изъявившие желание участвовать в конкурсе, имеют право обратиться Заказчику для получения разъяснений относительно проводимого конкурса

10.2 Участник конкурса вправе направить Заказчику запрос о даче разъяснений положений конкурсной документации в форме, определённой в объявлении на проведение конкурса. В течение двух рабочих дней с даты поступления указанного запроса Заказчик обязан направить в установленной форме разъяснения положений конкурсной документации, если указанный запрос поступил не позднее, чем за два дня до даты окончания срока подачи предложений. Разъяснения положений конкурсной документации не должны изменять её сущность.

10.3 Конкурс признаётся состоявшимся, если на момент окончания срока подачи предложений закупочной комиссией получено не менее двух предложений от участников конкурса, соответствующих требованиям, указанным в конкурсной документации.

10.4 Конкурс может быть объявлен конкурсной комиссией не состоявшимся в нижеследующих случаях:

- а) Если в конкурсе принял участие один участник или никто не принял участие;
- б) Если по результатам рассмотрения предложений конкурсная комиссия отклонила

все предложения ввиду несоответствия требованиям конкурсной документации.

10.5 Заказчик имеет право отменить конкурс в любое время до акцепта выигравшего предложения. Заказчик в случае отмены конкурса 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 конкурса.

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

11.3 Победитель конкурса 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 конкурса отказывается заключать договор на условиях конкурса, право заключения договора переходит к резервному исполнителю. При этом резервный исполнитель может заключить договор по цене, предложенной победителем конкурса 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 конкурса.

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

II. ИНФОРМАЦИОННАЯ ТАБЛИЦА КОНКУРСОВ (ИТК)

Данный раздел включает в себя специальные положения, касающиеся предмета конкурса, и дополняющие информацию или требования, приведенные в других разделах конкурсной документации.

№ ИУК	Наименование раздела	Пояснения к разделам
1.1	Заказчик:	Центральное операционное управление АКБ «Агробанк»
1.2	Предмет конкурса:	Разработка SMM стратегии и внутренней коммуникации для АКБ «AGROBANK».
1.3	Адрес и контакты Заказчика:	Республика Узбекистан, адрес: 100096, г. Ташкент, Чиланзарский район, ул. Мукимий, д. 43 e-mail: marketing@agrobank.uz
1.4	Контактное лицо:	Бегматжонов Хондамир
1.5	Объявление о конкурсе опубликовано:	Специальный информационный портал: www.etender.uzex.uz
2	Язык конкурса:	Узбекский и русский языки
3	Подача конкурсных предложений:	Онлайн
4	Срок действия конкурсного предложения:	45 дней после представления предложения
5	Валюта конкурсного предложения:	Узбекские сумы
6	Срок поставки	250 календарных дней
7	Срок размещения объявления о проведении торгов и приеме предложений от участников:	7 (семи) рабочих дней
8	Предоплата	30%
9	Необходимые документы на участие в конкурсе:	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:	853 000 000 (восемьсот пятьдесят три миллионов) сумов с учетом НДС

III. ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1.	Цель проекта:	1.	Создание, разработка и внедрение креативной концепции продвижения рекламных кампаний, СММ стратегии и внутренней коммуникации рамках нового позиционирования АКБ «Агробанк»
2.	Задачи проекта:	а	Разработка интегрированной имиджевой рекламной кампании для продвижения бренда АКБ «Агробанк» в рамках нового позиционирования (ролик, ключевой визуал, диджитал пиар)
		б	Разработка интегрированной кампании для продвижения банковских продуктов (ролик, ключевой визуал, диджитал пиар)
		в	Разработка социального проекта для продвижения нового позиционирования Агробанк
		г	Сценарий соц.ролика или тизера к проекту (сценарий, сториборды, адаптация на узбекский язык, брифинг продакшн студии)
		д	Key Visual соц.проекта
		е	Реализация проекта и стратегия пиара
		ж	Разработка стратегии и тактических решений в сторону изменения внутренней коммуникации и корпоративной культуры
		з	Организация и проведение Воркшопа
		и	Составление плана на 3 года по внутренней коммуникации
		к	Для развития внутренней коммуникации подключить специалиста с зарубежным опытом
3.	Ожидаемые результаты:	1.	Интегрированную комплексную рекламную кампанию для основных продуктов банка
		2.	Повышение узнаваемости бренда АКБ «Агробанк»
		3.	Начать внутреннюю корпоративную культуру компании соответствующие ценностям банка
		4.	Провести серию воркшопов сотрудниками банка с участием зарубежных специалистов
		5.	Построение активного канала продаж и коммуникации с помощью диджитал пространство
4.	Требования к агентствам	1.	Опыт работы в сфере коммуникации с реальными кейсами
		2.	Опыт работы в создании рекламных кампаний для банковских или финансовых учреждений
		3.	Привлечение для данного проекта высокопрофессионального специалиста с зарубежным опытом в международных компаниях
		4.	Выполнения задач указанных в <i>спецификации №1</i>
5.	Этапы реализации работы	1.	Презентация идей по созданию СММ стратегия
		2.	Презентация идей по построению внутренней коммуникации

B. Hovli

		3.	Внесение и доработка изменение и комментарии
		4.	Финальная презентация перед реализацией
		5.	Сдача и утверждение
6.	Условия оплаты и поставки		Участником конкурсных торгов должно быть предоставлено обеспечение в виде залоговой суммы в размере 3% от предельной стоимости конкурса;
			Заказчик производит предоплату в размере 30% от общей стоимости договора в течение 7 (семи) банковских дней с даты подписания настоящего договора. Оставшиеся суммы подлежат оплате заказчиком после подписания сторонами счет- фактуры и акта выполненных работ
			Срок оказания услуг должен составлять 250 календарных дней со дня заключения договора.
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 конкурсным торгам

100

Минимальный проходной балл по конкурсным 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 конкурса 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, копия приказа (Обязательное)	0	14
5	Портфолио выполненных работ агентством	Участник конкурса должен иметь портфолио работы с крупными международными и брендами	Текстовое	Критично	Экспертная	PDF или PPT с описанием работ и ссылками на них (Обязательное)	0	14
6	Опыт на рынке	Участник отбора должен иметь опыт на рекламной сфере не менее 2 лет	Текстовое	Критично	Экспертная	Рекомендательное письмо и копия свидетельства о государственной регистрации (Обязательно)	0	14
7	Профессиональный HR-специалист	Участник конкурса для данного проекта должен привлечь профессионального HR-специалиста, имеющего с зарубежным опытом	Текстовое	Критично	Экспертная	Портфолио и резюме кандиданта (Обязательно)	0	14

8	Международные и локальные награды	Участник конкурса для данного проекта должен быть лауреатом международных и локальных премий	Текстовое	Критично	Экспертная	Подтверждающий документ (PDF)	0	14
---	-----------------------------------	--	-----------	----------	------------	-------------------------------	---	----

**Директор департамента
стратегического анализа и развития
банковской деятельности**


У.Файзуллаев



1	Интегрированная кампания (имиджевая)	<p>РАЗРАБОТКА ИНТЕГРИРОВАННОЙ КАМПАНИИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Коммуникационная стратегия • Креативный концепт для коммуникации • Рекламный ролик (сценарий, сториборды, адаптация на узбекский язык, брифинг продакшн студии) • Наружная реклама (разработка дизайна и адаптация на все форматы и языки) • Диджитал/пиар креатив (1 проект) - концепция
2	Интегрированная кампания (для продукта)	<p>РАЗРАБОТКА ИНТЕГРИРОВАННОЙ КАМПАНИИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Коммуникационная стратегия • Креативный концепт для коммуникации • Рекламный ролик (сценарий, сториборды, адаптация на узбекский язык, брифинг продакшн студии) • Наружная реклама (разработка дизайна и адаптация на все форматы и языки) • Диджитал/пиар креатив (1 проект) - концепция
3	Социальный проект (CSR)	<p>РАЗРАБОТКА ИНТЕГРИРОВАННОЙ КАМПАНИИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Коммуникационная стратегия (key message) • Креативный концепт для социального проекта • Сценарий соц.ролика или тизера к проекту (сценарий, сториборды, адаптация на узбекский язык, брифинг продакшн студии) • Key Visual соц.проекта • Реализация проекта и стратегия пиара
4	СММ Стратегия	<p>РАЗРАБОТКА СММ Стратегии</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка креативной стратегии СММ (креативы, ТОВ, рубрики) • Составление образцового контент плана на 1й месяц • Стратегия по таргетингу
5	Стратегия по Внутренней Коммуникации	<p>СТРАТЕГИЯ И ВОРКШОП</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка стратегии и тактических решений в сторону изменения внутренней коммуникации и корпоративной культуры • Организация и проведение Воркшопа • Составление плана на 3 года по внутренней коммуникации • Работа экспата с Турции для разработки стратегии и проведения воркшопа