

Техническая спецификация закупаемых услуг

Заказчик привлекает для оказания услуг, указанных в настоящей Технической спецификации одного Поставщика, в обязанности которого войдет осуществление в соответствии с требованиями Заказчика, услуг по проведению опроса (репутационный аудит).

Поставщик обязуется по заданию Заказчика за счет собственных ресурсов и оборудования, в установленные настоящим Договором порядке и сроки, оказать услуги по проведению опроса (репутационный аудит) АО «НАК «Казатомпром».

1. Цель опроса (репутационного аудита).

Изучение и оценка уровня известности, восприятия и репутации АО «НАК «Казатомпром» (далее - Компания) и его руководства в целевых аудиториях, а также составление репутационного профиля компании.

2. Задачи опроса (репутационного аудита).

- 2.1. Изучение и измерение уровня известности и репутации Компании и ее руководителя в целевых аудиториях.
- 2.2. Выявление репутационных рисков, определение позитивных и негативных факторов, влияющих на восприятие Компании и ее репутацию (распространение фобии, стереотипы, связанные с деятельностью Компании)
- 2.3. Определение количественных и качественных показателей отношения основных целевых групп (стейкхолдеров) к деятельности Компании.
- 2.4. Расчет и анализ репутационных индексов, разработка актуального и идеального репутационных профилей Компании
- 2.5. Оценка восприятия социальной деятельности Компании (в т.ч. в регионах производственного присутствия).
- 2.6. Определение позитивных и негативных ассоциаций Компании.
- 2.7. Определение уровня осведомленности и информированности респондентов о Компании и ее деятельности
- 2.8. Определение потребности в информации о Компании, а также предпочтений респондентов относительно источников информации о Компании в разрезе по аудиториям и географии.
- 2.9. Определение доли репутационного капитала в оценке общей стоимости Компании.
- 2.10. Оценка качества представления Компании в средствах массовой информации.
- 2.11. Выявление мотивационных факторов и специфических бизнес-интересов различных целевых групп.
- 2.12. Сравнение степени известности с другими компаниями, работающими в добывающем секторе.
- 2.13. Анализ восприятия бренда и средств идентификации (бренд, символика, логотип, оформление интернет-сайта, форма одежды персонала и т.п.)
- 2.14. Анализ эффективности взаимодействия с партнерами
- 2.15. Проведение анализа полученных данных, разработка отчета и комплексной системы рекомендаций по корректировке коммуникационной политики,

улучшению информационно-имиджевой работы, а также управлению репутацией Компании, и её руководства, на основании полученных данных.

3. Целевые аудитории (стейкхолдеры)

- 3.1. Взрослое население Казахстана (старше 18 лет), представляющее все социальные, этнические и демографические страты.
- 3.2. Население регионов, в которых Компания осуществляет свою деятельность: г.Алматы, г.Астана, Акмолинская область (г.Степногорск), Алматинская область (г.Уштобе), Восточно-Казахстанская область (г.Усть-Каменогорск), Мангистауская область (г.Актау), Южно-Казахстанская область (г.Шымкент, г.Шолаккорган, поселки Кыземшек, Таукент, Тайканыр), Кызылординская область (г.Кызылорда, поселки Шиели, Жанакорган, Байкенже)
- 3.3. Эксперты (экономисты, политологи, социологи, общественные деятели, представители НПО, отраслевые эксперты)
- 3.4. СМИ (зарубежные, республиканские, региональные)
- 3.5. Государственные органы
- 3.6. Зарубежные партнеры (КНР, США, страны ЕС, Российская Федерация, Япония, Индия, Канада)
- 3.7. Ветераны отрасли

4. Методология исследования.

- 4.1. **Кабинетное исследование.** Сбор данных из открытых источников информации: отчетов госорганов, данных статистики, публикаций в СМИ, данных социологических исследований со схожей тематикой, экспертных оценок и т.д.
- 4.2. **Фокус-групповые дискуссии.** Исходя из целей исследования, фокус-группы должны быть проведены в регионах присутствия Компании, в частности в Южно-Казахстанской, Кызылординской, Мангистауской, Акмолинской и Восточно-Казахстанской областях, а также в городах Алматы и Астана. Фокус-группы будут проводиться как на русском, так и на казахском языках в количестве - не менее 7. Каждая группа должна состоять не менее чем из 8 человек.
- 4.3. **Личные интервьюирование на основе анкеты,** не менее 2000 респондентов. Выборка – многоступенчатая, стратифицированная с квотным отбором респондентов (регион проживания, пол, возраст, город/село), репрезентирующая взрослое население республики (старше 18 лет), с флюсом по регионам присутствия. Предполагается анкетный опрос по двум типам анкет:
 - стандартная – общая для всего населения
 - расширенная (со специальным блоком вопросов) – для населения 6 регионов присутствия, в частности, населенные пункты, указанные в п.3.2. настоящей техспецификации.Опрос проводится интервьюерами методом face to face (лицом к лицу), анкета не дается на руки респонденту. Интервьюирование осуществляется на двух языках, по выбору респондента.
- 4.4. **Контент-анализ СМИ.** Качественный и количественный анализ казахстанских СМИ по параметрам: интенсивность освещения деятельности Компании; распределение публикаций по типу СМИ; типы публикаций; тональность освещения деятельности; тональность основных информационных поводов; упоминаемость первых лиц Компании. Период – 12 месяцев.
- 4.5. **Глубинные интервью,** которые предполагают беседу с экспертом по полупроформализованному опроснику с ведением аудиозаписи, которые в

последующем транскрибируются и подвергаются анализу (не менее 10 интервью с представителями публичной сферы, СМИ и госорганы РК; не менее 5 интервью с ветеранами отрасли; не менее 10 интервью с иностранными партнерами).

- 4.6. Экспертный опрос.** Предусматривается опрос экспертов из 3 целевых аудиторий: госорганы, эксперты из публичной сферы, представители СМИ. Не менее 60 респондентов.

5. Требования к выполнению услуги

- 5.1. Поставщик обязан разработать и растратировать инструменты исследования, провести инструктаж интервьюеров, полевые работы, контроль качества полевых работ, обработку данных и их контроль качества, анализ репутационных профилей по стейкхолдерам и параметрам репутации, SWOT-анализ репутации и т.д.
- 5.2. Поставщик обязан разработать и согласовать с Заказчиком инструментарий аудита – гайды фокус-групп, интервью, опроса и др.
- 5.3. Поставщик обязан согласовать с Заказчиком целевые группы, состав и количество фокус-групп, географию и другие вопросы организации исследования.
- 5.4. Поставщик предоставляет Заказчику весь первичный социологический материал, транскрипты и аудиоматериалы фокус-групп и интервью, а также линейки экспертных исследований, отчеты по итогам телефонного контроля.
- 5.5. Для обеспечения высокого качества предоставляемых услуг Поставщик должен использовать следующие процедуры контроля качества полевых работ при проведении анкетного опроса населения: 100% визуальный контроль заполненных анкет во время приемки; 100% логический контроль данных (проверка соблюдения переходов); 10% контроль посредством телефонного обзвона.
- 5.6. Поставщик должен представлять промежуточные отчеты о ходе реализации исследования с частотой не менее 1 раза в две недели на электронный адрес Заказчика.
- 5.7. В течение 3 дней после заключения Договора на оказание услуг, указанных в данной технической спецификации, Поставщик обязан утвердить у Заказчика календарный план выполнения услуг согласно данной форме:

Наименование этапа работ	Дата
Разработка анкет и путеводителей (гайдов) для фокус-групп и глубинных интервью, разработка плана графика исследования, расчет выборки в разрезе регионов и населенных пунктов	
Адаптация материалов и инструментария, перевод	
Утверждение материалов заказчиком**	
Подготовка полевых работ	
Полевые работы	
Контроль, кодировка, расшифровка полученных данных	
Ввод и чистка данных	
Обработка данных	
Написание отчета	
Подготовка презентации	

6. Представление результатов исследования

По результатам проведенного аудита Поставщик должен предоставить Заказчику:

- 6.1. Расшифровки экспертных интервью в формате Microsoft Word без предоставления личных данных респондентов (с указанием типа респондента и региона опроса), а также не включающие данные, позволяющие определить личность респондента (упоминания его организации, рода деятельности и т.д.).
- 6.2. Отчет в формате Microsoft Word или PDF, содержащий основные итоги опроса (репутационного аудита) и включающий развернутое описание восприятия репутации Компании представителями стейкхолдерских групп, репутационный профиль организации, и матрицу решений по корректировке репутации, а также ответы на задачи, поставленные в п. 2 настоящей Технической спецификации. В качестве представляемых данных отчет должен включать в себя статистические таблицы, графики и диаграммы, характеризующие количественное распределение ответов респондентов, комментарии экспертов по рассматриваемым аспектам, результаты расчетов показателей оценки исследуемого объекта с описанием примененных методов анализа и методик расчетов, а также аналитические заключения и выводы по каждому разделу.
- 6.3. Актуальный и идеальный репутационные профили Компании, как часть отчета, служащий обоснованием рекомендаций по изменению коммуникационной и PR-стратегий компании, а также аналитическое заключение по проблемным аспектам деятельности компании, выявленным в ходе экспертных интервью.
- 6.4. Рекомендации по корректировке коммуникативной политики Компании и имиджа ее первого руководителя.
- 6.5. Рекомендации по формированию PR-стратегии Компании и идеи по PR инструментам для устранения выявленных репутационных рисков.
- 6.6. Итоговый аналитический отчет с рекомендациями (не менее 100 стр.) в 4-х экземплярах, а также презентацию результатов проекта (не менее 30 слайдов).
- 6.7. Поставщик должен провести презентацию Отчета для представителей Заказчика.

7. Требования к потенциальному Поставщику

- 7.1. Наличие опыта проведения опроса (репутационного аудита), социологических и маркетинговых исследований для Национальных компаний/Институтов развития – не менее 5 исследований (представить нотариально засвидетельствованные копии актов выполненных работ);
- 7.2. Наличие рекомендательных/благодарственных писем от Национальных компаний/Институтов развития/Общественно-политических организаций за проведенные исследования репутации (представить не менее 3 копий);
- 7.3. Для оказания качественных услуг Поставщик должен предоставить учредительные документы организации, где основными видами деятельности являются проведение социологических исследований.
- 7.4. Потенциальный поставщик должен приложить к заявке концепцию, которая должна содержать:
 - Описание этапов проведения социологического исследования для обеспечения эффективного оказания услуги с описанием метода (ов) необходимого (ых) для проведения социологического исследования.
 - Составление проекта программы социологического исследования согласно следующим критериям. Проект программы исследования должен быть эксплицитным и состоять из теоретической (методологической) и процедурной части:

- теоретическая часть включает в себя формулировку проблемы; определение объекта и предмета исследования; формулировка цели исследования; формулировка основных задач для достижения поставленной цели исследования;

- процедурная часть включает в себя обоснование системы выборки; расчет выборочной совокупности; описание основных процедур сбора и анализа первичных данных.

- Рассчитать выборку социологического исследования. Выборка должна быть репрезентативной, т.е. по выделенным параметрам состав респондентов должен приближаться к соответствующим пропорциям генеральной совокупности (согласно данным Агентства по статистике Республики Казахстан);
- Рассчитать ошибку выборки социологического исследования. Ошибка выборки (отклонение средних характеристик выборочной совокупности от средних характеристик генеральной совокупности) не должна превышать 3%. Потенциальный поставщик должен приложить формулу с пояснениями к формуле с помощью, которой рассчитывалась ошибка выборки;
- Метод исследования;
- Территория исследования.

- 7.5. Потенциальный Поставщик должен иметь в штате не менее 4 квалифицированных специалистов: (для подтверждения опыта работы необходимо предоставить наличие нотариально засвидетельствованных копий дипломов, трудовых книжек или договоров, подписанных руководителем Поставщика и заверенные печатью Поставщика):
- 7.5.1. не менее 2 (двух) руководителей проектов, имеющих опыт работы в управлении и проведении социально-экономических социологических исследований - не менее 3 лет (указать ФИО заявленных работников, приложить резюме, заверенные печатью и подписью руководителя потенциального поставщика и диплом по специальности «Социология» не ниже уровня магистра и/или кандидата наук);
- 7.5.2. не менее 2 (двух) специалистов, имеющих опыт работы в проведении исследовательских работ для казахстанских национальных компаний в регионах их производственного присутствия - не менее 3 лет (указать ФИО заявленного работника и приложить резюме, заверенное печатью и подписью руководителя потенциального поставщика);
- 7.5.3. не менее 1 (одного) специалиста, имеющего опыт работы в проведении исследований репутации (репутационного аудита) - не менее 2 реализованных проектов (указать ФИО заявленного работника и приложить резюме, заверенное печатью и подписью руководителя потенциального поставщика);
- 7.5.4. не менее 1 (одного) специалиста, имеющего опыт работы со специализированным программным обеспечением SPSS по обработке статистической информации - не менее 3 лет (указать ФИО заявленного работника и приложить резюме, заверенное печатью и подписью руководителя потенциального поставщика).
- 7.5.5. не менее 1 (одного) специалиста, имеющего опыт работы по специальности в области PR и/или политологии и/или журналистики - не менее 3 лет (приложить резюме, заверенное печатью и подписью руководителя, рекомендательное письмо);
- 7.6. Письмо за подписью и печатью руководителя потенциального поставщика о привлечении не менее 1 (одного) международных экспертов-консультантов, имеющих опыт в проведении исследований по репутационному аудиту (указать

ФИО заявленного работника, приложить резюме, заверенное печатью и подписью руководителя потенциального поставщика, и рекомендации, подтверждающие квалификацию привлекаемого консультанта).

- 7.7. Поставщик обязан подтвердить наличие региональной сети профессиональных интервьюеров, представив их список контактных данных. При рассмотрении резюме тендерная комиссия вправе с целью уточнения сведений, содержащихся в резюме, запросить необходимую информацию у соответствующих государственных органов, физических и юридических лиц. Соответствие заявленных работников каждому из вышеперечисленных требований определяется по отдельности: соответствие одного и того же члена проектной команды двум или более из вышеперечисленных требований рассматривается как соответствие только одному из требований.

