

ТЕНДЕР НА ЗАКУПІВЛЮ ПОСЛУГ З РОЗРОБКИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОГРАМИ «TRANSPARENT CITIES/ПРОЗОРИ МІСТА» НА ДВА РОКИ

Громадська організація «Трансперенсі Інтернешнл Україна» (далі — **ТІ Україна**) для досягнення своїх статутних цілей та з метою успішної реалізації проєктів оголошує тендер на закупівлю послуг з **аудиту/аналізу поточної комунікації програми «Transparent cities/Прозорі міста» та розробки нової комунікаційної стратегії програми** на відповідний період.

Програма «Transparent cities/Прозорі міста» спрямована на підвищення прозорості та підзвітності українських міст. Впродовж попередніх років вона розвивала дослідницькі продукти, зокрема рейтинги міст, та будувала діалог з органами місцевого самоврядування й іншими стейкхолдерами. З 2025 року програма переходить до нового етапу: її ключовим продуктом стає Європейський індекс міст, що оцінює готовність муніципалітетів до євроінтеграції через призму стандартів належного врядування, відкритості та цифрових практик.

Упродовж 2017–2024 років одним із ключових продуктів програми був Рейтинг прозорості 100 найбільших міст України. Він допомагав оцінювати виконання міськими радами вимог законодавства та поширення практик відкритого врядування, порівнювати результати міст і формувати рекомендації для органів місцевого самоврядування.

З 2025 року програма розпочала комплексну трансформацію свого дослідницького підходу. Замість щорічного рейтингу прозорості 100 міст програма розвиває Європейський індекс міст — новий аналітичний продукт, покликаний оцінювати готовність українських муніципалітетів до європейської інтеграції через призму прозорості, підзвітності, доброчесності, громадської участі, цифровізації та інших принципів належного врядування.

Трансформація передбачає не лише зміну назви чи методології дослідження. Програма переходить від переважно одноразової щорічної оцінки до комплексного аналізу різних сфер діяльності місцевого самоврядування, результати якого оприлюднюються окремими тематичними блоками протягом року. Європейський індекс міст має не лише фіксувати відповідність законодавчим вимогам, а й показувати, наскільки міста впроваджують європейські принципи та практики належного врядування, створюють умови для участі мешканців і забезпечують доступність інформації та послуг.

Індекс також має стати практичним інструментом для муніципалітетів: допомагати визначати сильні сторони й системні прогалини, використовувати рекомендації та вдалі практики інших громад, відстежувати прогрес і формувати власні орієнтири розвитку. У перспективі дослідження масштабуватиметься щонайменше до 50 найбільших міст України.

Перехід від добре впізнаваного Рейтингу прозорості міст до нового, складнішого за структурою Європейського індексу створює для програми окремий комунікаційний виклик. Необхідно зберегти напрацьовану впізнаваність і довіру до «Прозорих міст», водночас чітко пояснити аудиторіям зміну підходу, нову логіку оцінювання та ширшу цінність Індексу.

Комунікація має допомогти відійти від сприйняття продукту винятково як рейтингу або змагання між містами. Європейський індекс міст має позиціонуватися як аналітичний і практичний інструмент розвитку місцевого самоврядування, дорожня карта для громад,

джерело доказових рекомендацій та основа для діалогу між муніципалітетами, мешканцями, державними органами, експертним середовищем і міжнародними партнерами.

Окремої уваги потребує комунікація зв'язку між належним місцевим врядуванням та європейською інтеграцією України. Стратегія має запропонувати зрозумілу рамку, яка пояснюватиме, як прозорість, підзвітність, доброчесність, відкриті дані, цифрові сервіси та участь мешканців впливають на інституційну спроможність, стійкість і розвиток українських громад

У цьому контексті нова комунікаційна стратегія має відповідати логіці трансформації програми та її ключового продукту, сформуванню чіткого позиціонування Європейського індексу міст, зрозуміло пояснювати його цінність, методологію та потенційний вплив для різних цільових аудиторій. Стратегія має підтримувати досягнення програмних цілей, посилювати впізнаваність і практичне використання результатів Індексу, сприяти залученню міських рад, мешканців, експертів, медіа, державних органів і міжнародних партнерів.

Водночас стратегія повинна бути синхронізована зі Стратегією ТІ Україна, її місією, цінностями, пріоритетами та позиціонуванням на національному й міжнародному рівнях

До участі в тендері запрошуються комунікаційні агенції України, які мають досвід проведення комунікаційних аудитів та/або розробки комунікаційних стратегій, можуть запропонувати та обґрунтувати підхід до аналізу поточної комунікації та розробки стратегії, а також підтвердити релевантний досвід реалізації подібних проєктів.

Предмет тендеру:

Послуги з проведення аналізу поточної комунікації та розробки комунікаційної стратегії програми «Transparent cities/Прозорі міста».

Термін надання послуг:

до 1 грудня 2026 року

Етапи робіт:

Етап 1.

Аналіз поточної комунікації програми «Transparent cities/Прозорі міста»
(комунікаційний аудит/оцінка реалізації поточних підходів);

Етап 2.

Розробка нової комунікаційної стратегії програми «Transparent cities/Прозорі міста» (на період 2 роки, на основі стратегічних документів ТІ Україна та програмних пріоритетів «Прозорих міст», які будуть надані додатково).

Очікуваний результат закупівлі:

З переможцем буде підписано договір про надання послуг з **проведення комунікаційного аудиту та розробки комунікаційної стратегії** програми «Transparent cities/Прозорі міста», ТІ Україна.

Кінцевий строк прийому пропозицій:

30 серпня 2026 року, 23:59 за київським часом (не менше 14 днів з дати оприлюднення на сайті).

Обов'язкові кваліфікаційні вимоги до виконавця послуг:

подані в Додатку 1.

Вимоги щодо якісних характеристик предмету закупівлі (Технічне завдання):

подані в Додатку 2.

Комерційна пропозиція має включати:

- заповнені форми комерційної пропозиції із зазначенням вартості кожного етапу (Додаток 4);
- інформацію/документи про відповідність кваліфікаційним критеріям (Додаток 1) та вимогам до предмету закупівлі (Додаток 2);
- приклади попередніх робіт (або посилання/файли), що підтверджують релевантний досвід.

Правила оформлення комерційної пропозиції

Комерційні пропозиції подаються **українською мовою** тільки в електронному вигляді на електронні адреси: transparent-cities@ti-ukraine.org та semchuk@ti-ukraine.org

Тема листа: **«Комерційна пропозиція: комунікаційна стратегія – «Transparent cities/Прозорі міста»**

Додаткові правила:

- Надані сканкопії/файли мають бути розбірливими та якісними.
- Відповідальність за достовірність наданої інформації несе учасник.
- Строк дії комерційної пропозиції: **не менше 60 днів** з дати завершення прийому пропозицій.
- Пропозиції, отримані після кінцевого строку, **не приймаються** до оцінки.

Строк визначення переможця

Протягом 10 (десяти) робочих днів з дати завершення прийому пропозицій, з можливістю продовження цього строку за необхідності письмового уточнення інформації, що міститься у комерційних пропозиціях, але не більше ніж на 3 (три) робочі дні.

У разі отримання менше трьох комерційних пропозицій на момент завершення строку їх подання, ініціатор має право звернутися із додатковими запитами до потенційних учасників. Такі запити повинні містити ідентичну інформацію до оголошення про тендер. Строк для подання додаткових пропозицій не може бути меншим ніж 7 (сім) робочих днів з моменту надсилання запиту.

Результати тендеру буде повідомлено всім учасникам не пізніше 5 (п'яти) робочих днів з дати прийняття рішення про визначення переможця шляхом надсилання відповідних повідомлень учасникам електронною поштою. Результати тендеру будуть оприлюднені на

сайті організації. Переможцю тендеру упродовж 5 (п'яти) робочих днів, з моменту визнання його переможцем, буде надіслане відповідне повідомлення електронною поштою.

Критерії оцінювання комерційних пропозицій та їх вагові коефіцієнти:

№	Критерій оцінки	Максимальний ваговий коефіцієнт	Документи, які підтверджують відповідність критерію
1.	Вартість робіт з проведення комунікаційного аудиту програми «Transparent cities/Прозорі міста»	30	Комерційна пропозиція
2.	Вартість робіт з розробки комунікаційної стратегії програми «Transparent cities/Прозорі міста» на 2 роки (в тому числі фасилітації стратегічної сесії)	30	Комерційна пропозиція
3.	Досвід проведення комунікаційного аудиту/оцінки комунікації для неприбуткових/публічних організацій	15	Приклади робіт, відповідно до Додатку 1
4.	Досвід розробки комунікаційних стратегій для неприбуткових/публічних організацій	15	Приклади робіт, відповідно до Додатку 1
5.	Відгуки/рекомендації від попередніх клієнтів	10	Рекомендації, відповідно до Додатку 1

Пояснення розрахунку за критеріями оцінювання:

1. 30 балів – максимальний ваговий коефіцієнт за критерієм «Ціна послуг з оцінки виконання наявної комунікаційної стратегії ТІ Україна» Постачальника за надання послуг.
2. 30 балів – максимальний ваговий коефіцієнт за критерієм «Ціна послуг з розробки нової комунікаційної стратегії ТІ Україна» Постачальника за надання послуг.
3. 15 балів – максимальний ваговий коефіцієнт за критерієм «Досвід проведення оцінки комунікаційної стратегії для неприбуткових організацій і/або організацій державної, комунальної чи приватної форм власності (приклади попередніх робіт). Оцінка буде відбуватися на підставі розрахунку середнього балу від виставлених балів членами тендерного комітету.
4. 15 балів – максимальний ваговий коефіцієнт за критерієм «Досвід розробки комунікаційної стратегії для неприбуткових організацій і/або організацій державної, комунальної чи приватної форм власності (приклади попередніх робіт)». Оцінка буде відбуватися на підставі розрахунку середнього балу від виставлених балів членами тендерного комітету.
5. 10 балів – максимальний ваговий коефіцієнт за критерієм «Відгуки про роботу від попередніх клієнтів». Оцінка буде відбуватися на підставі збору інформації і розрахунку середнього балу від виставлених балів членами тендерного комітету.
6. Загальний бал для кожного учасника тендера визначатиметься в результаті додавання балів з оцінювання кожної комерційної пропозиції.

Загальний бал для кожного учасника визначатиметься шляхом додавання балів за всіма критеріями. До оцінювання допускаються пропозиції, що відповідають обов'язковим вимогам (Додатки 1–2). Невідповідність хоча б одній вимозі призводить до дискваліфікації.