**Технічне завдання на закупівлю експертних послуг**

**RFP20240617.01**

Карітас України є членом Caritas Internationalis, однієї з найбільших міжнародних мереж благодійних організацій у світі та Європі, і має мережу з понад 40 місцевих організацій по всій Україні. Національні представництва Карітасу знаходяться в Києві та Львові.

Карітас України розробляє та реалізує національні програми соціальної допомоги та підтримки найбільш незахищених верств населення України незалежно від національності та віросповідання. З цією метою він отримує приватні пожертви та державне фінансування від різних донорів.

У рамках проекту за фінансуванням Remocode Карітас України планує провести дослідження і оцінку ефективності поточних комунікаційних стратегій та практик всередині мережі Карітасу України.

1. Загальна інформація

**Предмет закупівлі:** послуги експерта для проведення аналізу поточного стану комунікаційних процесів через дослідження і оцінку ефективності поточних комунікаційних стратегій та практик всередині мережі Карітас України.

**Мета закупівлі:** Покращення спілкування між місцевими організаціями Карітас України шляхом вивчення ефективності наявних місцевих комунікаційних стратегій, взаємодії з медіа та стейкхолдерами на місцевому рівні з метою виявлення можливостей для покращення взаємодії.

**Проект:** REMOCODE

**Тривалість послуг:** до17 серпня 2024 року

2. Технічне завдання

Розробка алгоритму співпраці і загальних рекомендацій для формування загальної комунікаційної стратегії і створенню культури, що сприяє відкритому обміну інформацією та співпраці серед організацій мережі.

Обґрунтування:МережаКарітас України на даний момент об’єднує 46 локальних організацій, які мають різний досвід роботи (від новостворених до організацій з більш ніж 20-річним досвідом). Ефективно працюючи на локальному рівні кожна організація намагається розробити власні комунікаційні стратегії та підходи, часто дуже ефективні, але нерідко і не дуже успішні. На жаль, натепер не проводилась систематизація такого досвіду, не фіксувались кращі практики і не визначались проблемні зони.

Проведення дослідження в контексті мережі Карітас України може дати ряд важливих результатів:

Систематизація досвіду: досвід локальних організацій дозволить виявити кращі практики в сфері внутрішньої комунікації. Це допоможе уникнути дублювання зусиль і використовувати успішні підходи на користь всієї мережі.

Визначення проблемних зон: виявлення проблемних аспектів внутрішньої комунікації надасть можливість розробити специфічні стратегії для вирішення цих проблем, а також алгоритм діяльності для недопущення певних проблемних аспектів.

Створення бази для розвитку стратегії: результати діяльності в рамках проєкту стануть базою для розробки загальної стратегії внутрішньої комунікації, побудованої на основі кращих практик та яка враховуватиме специфіку різних локальних організацій.

Очікуваний результат: Внаслідок проведення дослідження, презентації та впровадження рекомендацій буде підвищено ефективність внутрішньої комунікації в мережі Карітасу України. Це сприятиме кращій координації дій між локальними організаціями, покращенню обміну інформацією та сприятиме загальному розвитку мережі.

**Крок 1: Планування**

Червень 2024

1.1 Формування робочої групи: Створення команди, яка буде відповідальною за проведення дослідження, з участю представників Карітас України та локальних організацій.

1.2 Визначення методології: Розробка плану дослідження, включаючи інструменти збору даних, такі як опитування, моніторинг комунікаційних проявів у медіа та соціальних мережах, а також проведення інтерв'ю з представниками організації. Розробка питальників.

1.3 Відбір об'єктів дослідження: Узгодження списку організацій з мережі Карітас, які будуть досліджуватися, з урахуванням специфіки їхньої діяльності та рівня взаємодії з медіа та стейкхолдерами (приблизне ранжування за критерієм досвіду).

**Крок 2: Збір даних**

Червень-липень 2024

2.1 Розробка анкет (Google Forms чи аналогічний інструмент). Апробація в межах робочої групи.

2.2 Проведення опитувань: Розсилка анкет для збору даних про комунікаційні стратегії, використання медіа та стейкхолдерські відносини, а також для визначення основних потреб, досягнень та труднощів. У разі, якщо онлайн анкета не буде заповнена організацією, через певний визначений час буде проведене телефонне опитування (або за допомогою інших онлайн засобів) відповідно до запитань анкети. Час заповнення анкети триватиме 1 тиждень.

2.2 Проведення збору даних з відкритих джерел: Аналіз медійних матеріалів та матеріалів у соціальних мережах: Аналіз звернень до медіа, включаючи прес-релізи, статті, інтерв'ю, а також аналіз публікацій та взаємодії у соціальних мережах. Матеріали будуть зібрані в таблиці, де будуть декілька осередків з демонстрацією тенденції.

2.4 Проведення інтерв'ю з представниками локальних організацій за результатами онлайн опитування: Проведення інтерв'ю з директорами та/чи комунікаційними спеціалістами Карітасу для оцінки сприйняття їх комунікацій з медіа та стейкхолдерами, а також для розуміння основних потреб, досягнень та труднощів. Питання для кожного конкретного інтерв’ю розроблятимуться на основі наявного досвіду організацій, який буде визначено в онлайн опитуванні. Усі інтерв'ю будуть збережені в записах для подальшого використання в аналізі даних.

**Крок 3: Аналіз та висновки**

Серпень 2024

3.1 Обробка даних: Аналіз зібраних даних для виявлення кращих практик, тенденцій та проблем у комунікаційних стратегіях локальних організацій Карітасу. Особлива увага звертатиметься на виявлення структурованих каналів зв'язку у процесі комунікації, наявність взаємодії між різними рівнями управління в межах організації, прикладам системної успішної комунікації з медіа та стейкхолдерами.

3.2 Формулювання рекомендацій: Розробка рекомендацій щодо удосконалення комунікації організацій з медіа та стейкхолдерами на основі отриманих результатів дослідження та впровадження ефективних, за можливості уніфікованих підходів на базі всієї мережі. Очікується, що рекомендації будуть декількох рівнів – і стосуватимуться як організацій мережі, так і працівників національного офісу за умови виявлення комунікаційних проблем на рівні мережі.

**Крок 4: Представлення результатів**

Серпень 2024

4.1 Підготовка звіту: Підготовка письмового звіту з результатами дослідження та рекомендаціями для мережі Карітасу України. В нього буде входити: анкетування, записи, дослідження, звітний документ, презентація на 40 слайдів. Все подане буде англійською та українською мовами.

4.2 Проведення презентації: Проведення презентації результатів дослідження перед представниками Карітасу та іншими зацікавленими сторонами.

3. Кваліфікація тренера

Для проведення дослідження до експертів висуваються такі вимоги:

• Вища освіта (комунікаційна);

• Тривалий (від 3х років) досвід співпраці/роботи з неурядовими організаціями;

• Досвід проведення досліджень для неурядових організацій.

4. Графік подання пропозицій та укладання контрактів

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Етапи** | **Дата** | **Час** |
| Термін звернення за роз’ясненнями  (надіслано через e-mail до: **ssom@caritas.ua**) | 21/06/2024 | 18:00 |
| Кінцевий термін подання пропозицій | 24/06/2024 | 12:00 |
| Оцінка пропозицій | 27/06/2024 | 18:00 |
| Оголошення переможця торгів | 28/06/2024 | 15:00 |
| Підписання договору (планується) | з 28/06/2024 |  |

Запити на роз'яснення можна надсилати на електронну пошту: **ssom@caritas.ua** не пізніше 21/06/2024 (10:00).

**5. Участь**

Участь у закупівлі відкритий для всіх постачальників, які мають відповідну експертизу та можуть надати послуги відповідні до запиту протягом визначено терміну (фізична особа, підприємець, компанія будь якого юридичного статусу, тощо).

Можливі консорціуми. У випадку консорціумів необхідно назвати головне агентство.

Учасник повинен належним чином бути зареєстрованим в Україні та здійснювати діяльність не менш як **два роки** з дати реєстрації; не мати відкритих судових проваджень, що можуть призвести до арешту рахунків та активів учасника.

До розгляду на тендері приймаються експерти, що не входять до санкціонного списку організацій-спонсорів тероризму. Перелік юридичних осіб до яких застосовуються персональні спеціальні економічні та інші обмежувальні заходи (санкції) можна перевірити за посиланням: <https://www.president.gov.ua/storage/j-files-storage/01/18/81/c588e3048d74a882a3ac56fdb7f6868e_1683902703.pdf>

6. Процедура подання пропозицій

Зацікавлені кандидати надсилають пропозицію до 12:00 24.06.2024 року

Просимо надсилати свої пропозиції виключно електронною поштою на адресу: **tender@caritas.ua**

Тема листа: RFP20240617.01 Послуги Експерта

**Пропозиція повинна містити:**

a. Резюме/презентацію кандидата/компанії, що відображає наявний досвід та відповідність вимогам, зазначеним у цьому ТЗ;

b. Реєстраційні документи (для юридичних організацій): витяг ЄДР, витяг платника податків, Статут, тощо

c. Фінансову пропозицію (у довільній формі), що включає вартість послуг з розрахунку за одну годину. Прохання вказати загальну кількість годин яку експерт готовий присвятити проекту протягом визначеного терміну до 17 серпня 2024 року. Вартість тренінгу, визначена у пропозиції, має включати всі витрати тренера, включно з податками.

d. Листи рекомендації/відгуки від інших замовників (благодійні організації бажано)

**Пропозиції повинні бути дійсними протягом 1 місяця.**

**7. Оцінка пропозицій**

Відповідно до правил закупівель Карітас України, Тендерний Комітет із кваліфікованих співробітників Карітас оцінить усі пропозиції та вибере найкращого постачальника(ів) на основі наступних етапів:

• Відповідність Адміністративного пакету на основі відповідності тендерного пакету. Оцінка – пройдено/не пройдено

• Відповідність кваліфікації та досвіду експерта технічним вимогам закупівлі. Оцінка – пройдено/не пройдено.

• Найменша цінова пропозиція серед пропозицій, що пройшли попередні кроки оцінки. Вага – 100%.

**8. Право прийняти будь-яку пропозицію та відхилити будь-яку**

Карітас України залишає за собою право прийняти або відхилити будь-яку пропозицію, а також скасувати процес відбору та відхилити всі пропозиції в будь-який час до присудження Контракту, не несучи таким чином жодної відповідальності перед Учасниками тендеру, яких це стосується, або будь-якого зобов’язання інформувати відповідних учасників тендеру про підстави прийнятого рішення.

Карітас України може на власний розсуд збільшити або зменшити запропонований обсяг замовлення під час укладання договору та не очікує значних змін заявленої ставки.

Карітас України не зобов’язане вибирати будь-яку з компаній, що подає пропозицію, і жодним чином не зобов’язується вибирати компанію, яка пропонує найнижчу ціну. Крім того, договір буде укладено з компанією, яка подала таку пропозицією, яка буде вважатися найбільш відповідною потребам проекту, включаючи ефективність та найкраще співвідношення ціни та якості.

**9. Етичні положення та кодекс поведінки**

Дивиться Документ В