Протокол

о выборе способа закупки

|  |  |
| --- | --- |
| г. Ханты-Мансийск | «20» декабря 2024 года  14 часов 00 минут |

1. Заказчик: Акционерное общество «Ханты-Мансийский негосударственный пенсионный фонд».

2.  Повестка дня:

2.1. определение способа закупки;

2.2. заключение договора на оказание услуг «Яндекс.Директ» на условиях Оферты в пользу Заказчика с ООО «Яндекс».

3.  На заседании комиссии присутствовали:

Председатель комиссии:

Председатель комиссии:

- Кушнир Елена Викторовна (вице-президент)

Члены комиссии:

- Мальков Александр Васильевич (руководитель службы безопасности и правовой экспертизы);

- Чёрный Артём Петрович (начальник юридического отдела);

- Кушникова Светлана Александровна (ведущий бухгалтер);

- Усатова Надежда Владимировна (исполнитель по договору оказания услуг)

Секретарь комиссии:

- Тузлаева Юлия Римантовна (начальник общего отдела)

Кворум имеется.

4.  Заседание комиссии состоялось «20» декабря 2024 г. в 14 часов 00 минут (по местному времени) по адресу 628011 г. Ханты-Мансийск ул. Комсомольская д. 59 А.

5.  По вопросу [повестки дня](https://pandia.ru/text/category/povestki_dnya/) слушали докладчика – начальника управления по связям с общественностью и рекламе Шарапову Римму Айдаровну которая сообщила следующее.

В Стратегии развития фонда важная роль отводится развитию цифровых каналов для привлечения новых клиентов и постпродажного взаимодействия. Число посетителей сайта должно достигать 60 000 человек в год, число заключенных онлайн-договоров – 500 шт. в год, число подписчиков в социальных сетях увеличиться на 15% в год, общий охват постов – 2 млн.

Для достижения данных показателей используются различные сервисы продвижения услуг фонда в интернете. Одним из самых важных инструментов является рекламная сеть «Яндекс» (РСЯ). Это монополист, который даёт возможность размещения рекламы на миллионах сайтов, мобильных приложений и на одноимённом поисковике «Яндекс». Средняя совокупная аудитория составляет около 100 миллионов пользователей в месяц. Ничего подобного в России предложить никто, кроме РСЯ, не может.

При показе рекламы РСЯ использует принцип аукциона. Стоимость кликов или показов не фиксирована, а определяется в результате торгов между рекламодателями за определенные ключевые фразы, которые должны быть тесно связаны с их товарами и услугами.

Для определения месячного бюджета используется встроенный в систему Яндекс.Директ сервис «Оценка бюджета рекламной кампании». После введения в сервис необходимых параметров (регион показа, площадки для показа, объем трафика и ключевые фразы) он рассчитывает примерный бюджет. С учетом параметров, необходимых для достижения плановых показателей фонда, сервис предоставил информацию:

«Чтобы провести рекламную кампанию в Яндекс.Директ по всем подобранным ключевым фразам на указанный в параметрах расчета период 30 дней, потребуется примерно:

54 330.00 руб. с ориентацией на выбранный объём трафика - 90%.

В частных случаях:

62 480.30 руб. с ориентацией на объём трафика 100%,

41 160.50 руб. с ориентацией на объём трафика 85%,

32 093.60 руб. с ориентацией на объём трафика 62%,

13 325.50 руб. с ориентацией на объём трафика 9%,

8 289.90 руб. - на объём трафика 5%.

Суммы без учёта НДС 20%».

Приведенный расчет затрат на рекламные кампании показывает, что для эффективного продвижения продуктов фонда, привлечения новых клиентов и заключения договоров необходим бюджет в размере 852 000 руб. в год, включая НДС.

Поскольку никто на рынке интернет-рекламы не может обеспечить такое же количество посетителей, площадок для размещения и каналов продвижения, как РСЯ, снижение затрат фонда на продвижение в интернете приведет к кратному уменьшению количества получателей рекламы и невыполнению плана продаж.

Руководствуясь абз. «а» п. 3.2.5 Положения о порядке проведения закупок товаров, работ, услуг в Акционерном обществе «Ханты-Мансийский негосударственный пенсионный фонд» (далее - Положение о закупках), закупка может быть осуществлена с единственным поставщиком в случае, когда: а) продукция может быть получена только от одного поставщика и отсутствует ее равноценная замена.

6. Существенными условиями закупки являются:

Цена – 852 000 (восемьсот пятьдесят две) рублей, 00 коп.

Порядок оплаты – безналичный расчет

Срок оказания услуг – 10.01.2025-31.12.2025

7.  Решение комиссии:

7.1. Заключить Договор с ООО «Яндекс» на оказание услуг, согласно пункту 2 настоящего Протокола.

7.2. Определить способ закупки - у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя).

Основания принятия решения: абз. «а» п. 3.2.5 Положение о закупках.

Согласно п.3.1.3 Положения о закупках, Заказчик вправе применять и использовать процедуру закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) только в случаях, когда использовать другие способы закупок невозможно или нецелесообразно.

В данном случае использовать другие способы закупок невозможно поскольку никто на рынке интернет-рекламы в социальных сетях «Одноклассники» и «ВКонтакте» не может обеспечить такое же количество посетителей, охват аудитории и функционал, как ООО «Яндекс».

8. Настоящий протокол подлежит размещению на сайте Заказчика <https://www.hmnpf.ru/> в порядке и в сроки, установленные законодательством РФ и Положением о порядке проведения закупок.

Председатель комиссии: Кушнир Елена Викторовна \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Члены комиссии:

Мальков Александр Васильевич\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Чёрный Артём Петрович \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кушникова Светлана Александровна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Усатова Надежда Владимировна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь комиссии: Тузлаева Юлия Римантовна \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

На основании п. 3.1.3 Положения, настоящая закупка осуществляется по представлению лица, выполняющего функции Единоличного исполнительного органа АО «Ханты-Мансийский НПФ».

Президент М.А. Стулова