

Исследование неэтичных тендеров 2022

Исследовательский Центр АКАР / АРИР / РАМУ
Москва
Июль 2022

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Предмет и цель исследования

На рекламном рынке существует понятие незитичный (фейковый) тендер. Это целенаправленные действия организаторов тендера, направленные на фальсификацию результатов или имитацию выбора победителя, подлог результатов, сбор конфиденциальной информации с участников тендера. Это коррупционное явление, которое негативно влияет на весь рекламный рынок.

Цель исследования – выяснить масштабы этого явления и предоставить рынку объективную информацию о незитичных тендерах.

Ключевые выводы по текущему исследованию

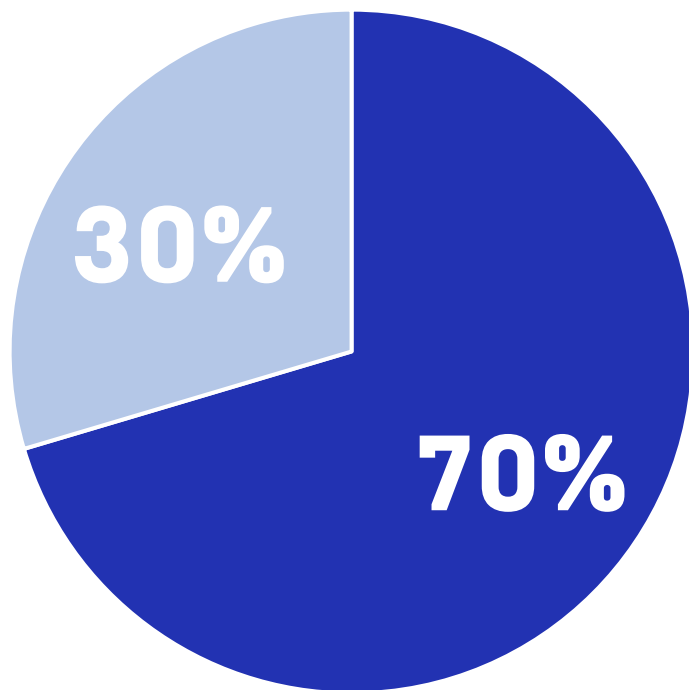
- 70% рекламных агентств – респондентов участвовало в каких-либо тендерах в указанный период;
- Практически каждый третий тендер, в котором участвовали респонденты, был неэтичным. Доля неэтичных тендеров составила 34%;
- Участники исследования, оценивая изменение ситуации с тендерами за прошедший период (2019-2021), чаще всего отмечали, что количество неэтичных тендеров увеличилось (до 40%) – так ответили 32% респондентов;
- Лидерами по неэтичным тендерам являются тендеры на проведение креативных (44%) и стратегических работ (41%), также участники исследования отметили, что часто сталкивались с неэтичными тендерами по медиа планированию и закупке (33%).

Ключевые выводы по сравнению данных двух исследований

- Среди агентств наблюдается рост неэтичных тендеров (с 29% до 34%);
- Распределение количества тендеров на группы показывает, что больше всего респондентов по исследованию 2021 и исследованию 2022 участвовало в группе 5-20 тендеров. При этом этот показатель увеличился в 2022 году: группа от 5 до 20 тендеров в 2021 году - 37% респондентов, та же группа 2022 - 51%;
- Группа 0-5 тендеров является лидером по обоим исследованиям по уровню неэтичных тендеров (2020-2021 – 62% респондентов сталкивалось с этим количеством тендеров, в исследовании 2021-2022, 55% сталкивалось с 0-5 неэтичных тендеров).

Участие в тендерах. Общее распределение

Участвовала ли Ваша компания в тендерах в 2021-2022 гг.?



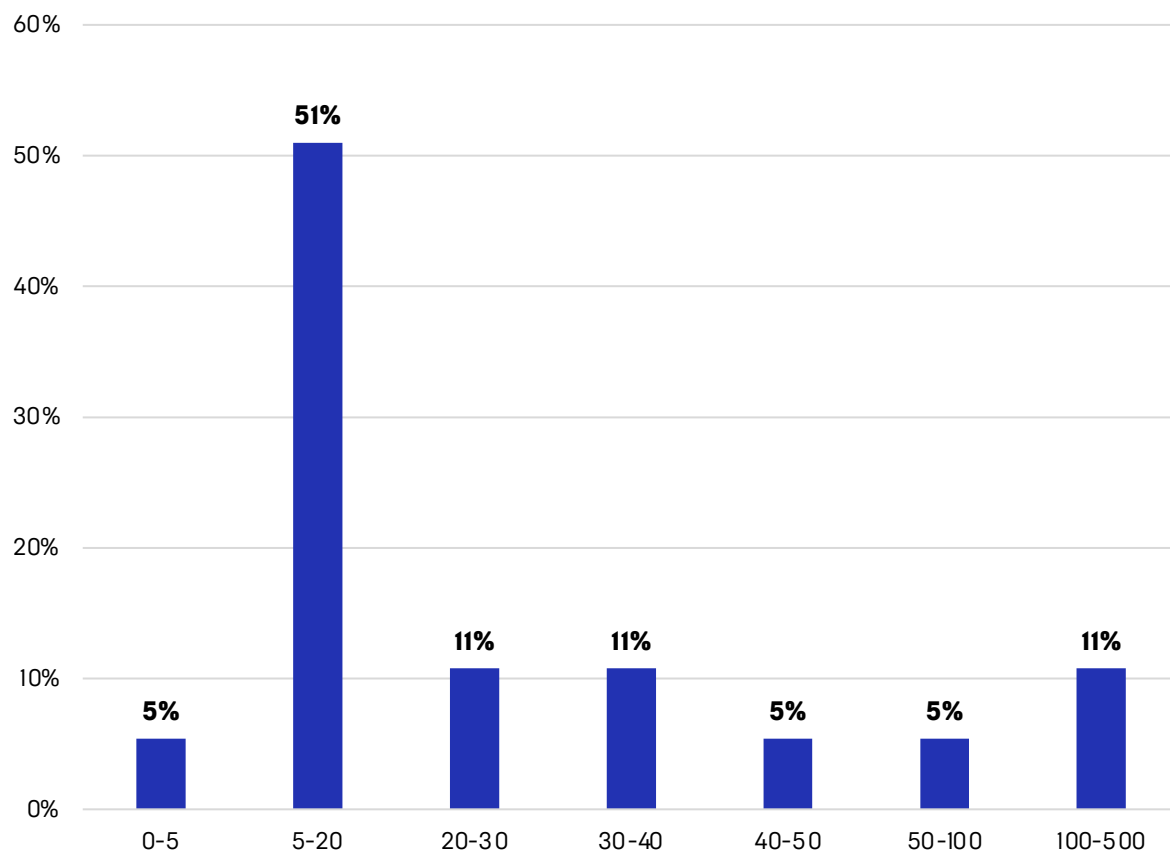
- Да
- Нет

70% респондентов участвовали в тендерах за период с 2021 – 2022 гг.*

* Фактически до июля 2022

Участие в тендерах. Количество всех тендеров

Укажите количество тендеров, в которых участвовала Ваша компания в 2021-2022 гг.*

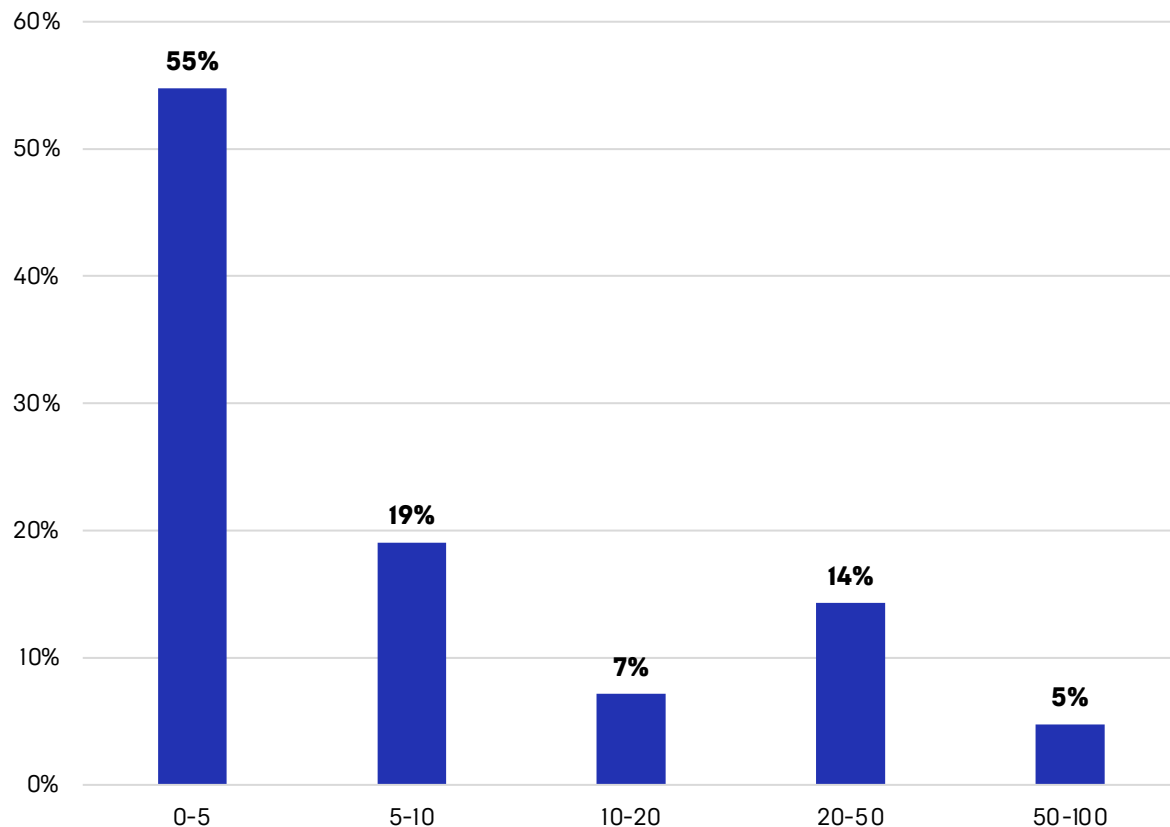


- Группа 5-20 тендеров за указанный период – лидер среди агентств, участвовавших в исследовании. 51% респондентов указали именно это количество тендеров;
- 11% участвовало в 20-30 и 30-40 тендерах;
- 5% респондентов за указанный период участвовало не более чем в пяти тендерах (группа 0-5 тендеров).

*ответы на вопрос о количестве тендеров были разбиты на группы: 0-5, 5-20, 20-30, 30-40, 40-50, 50-100, 100-500.

Участие в тендерах. Количество неэтичных тендеров 2021-2022

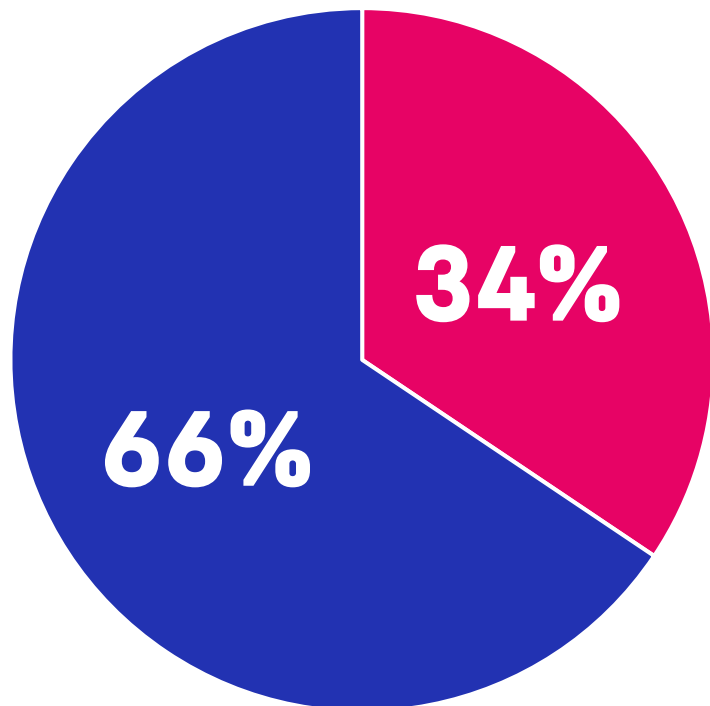
Укажите количество неэтичных тендеров среди тех, в которых участвовала Ваша компания в 2021-2022 гг.



- 55% участников исследования сталкивалось с не более чем пятью неэтичными тендерами (группа 0-5 тендеров);
- 19% агентств принимало участие в группе 5-10 неэтичных тендерах;
- 14% участвовали в 20-50 тендерах.

Доля неэтичных тендеров 2021-2022*

Исследование 2021-2022



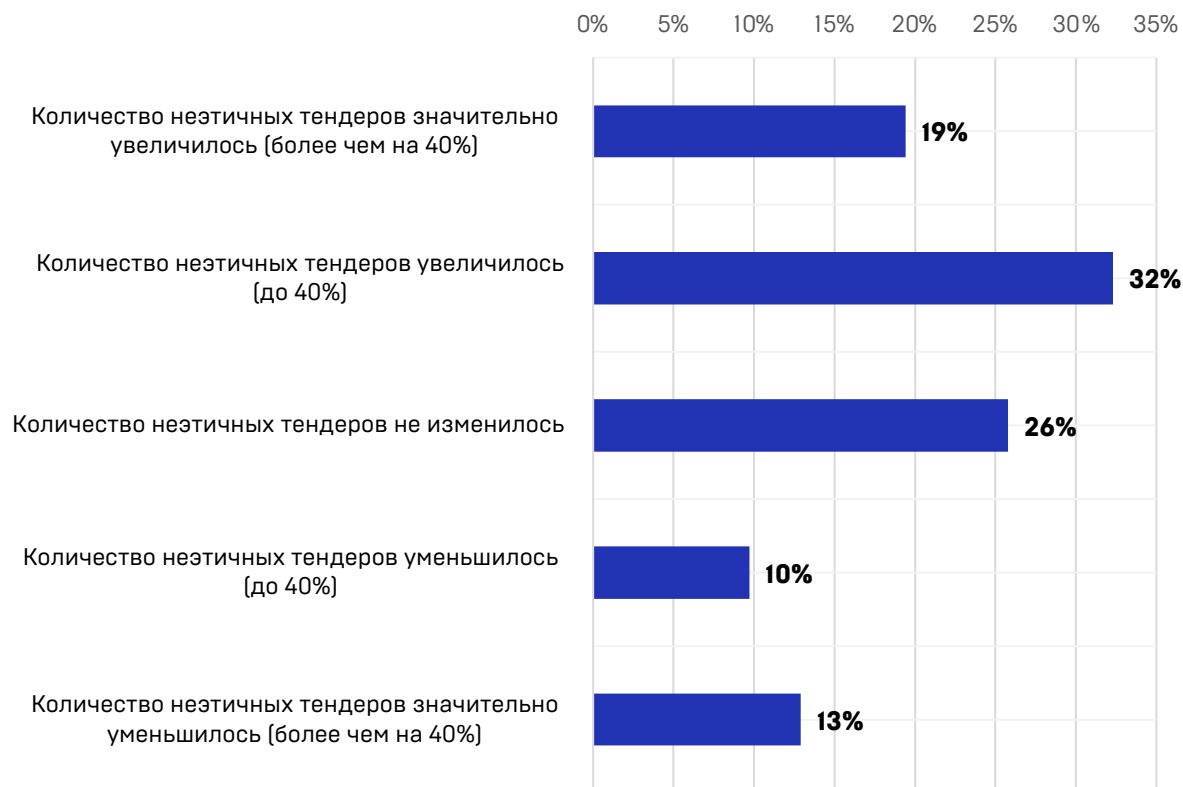
■ Доля неэтичных тендеров

Практически каждый третий тендер, в котором участвовали респонденты, был неэтичным. Доля неэтичных тендеров составила 34%.

* Фактически до июля 2022

Оценка респондентами ситуации с неэтичными тендерами

Как, на Ваш взгляд, изменилась ситуация с неэтичными тендерами за 2021-22 гг. по сравнению с 2019-21 гг.?



- Участники исследования, оценивая изменение ситуации с тендерами за прошедший период (2019-2021), чаще всего отмечали, что количество неэтичных тендеров увеличилось (до 40%) – так ответили 32% респондентов;
- 19% респондентов считают, что количество неэтичных тендеров значительно увеличилось (более чем на 40%);
- 26% полагают, что количество неэтичных тендеров не изменилось;
- 10% считают, что количество неэтичных тендеров уменьшилось (до 40%)
- 0 значительном сокращении неэтичных тендеров (более чем на 40%) заявили 13% респондентов.

Участие в неэтичных тендерах. По специализации

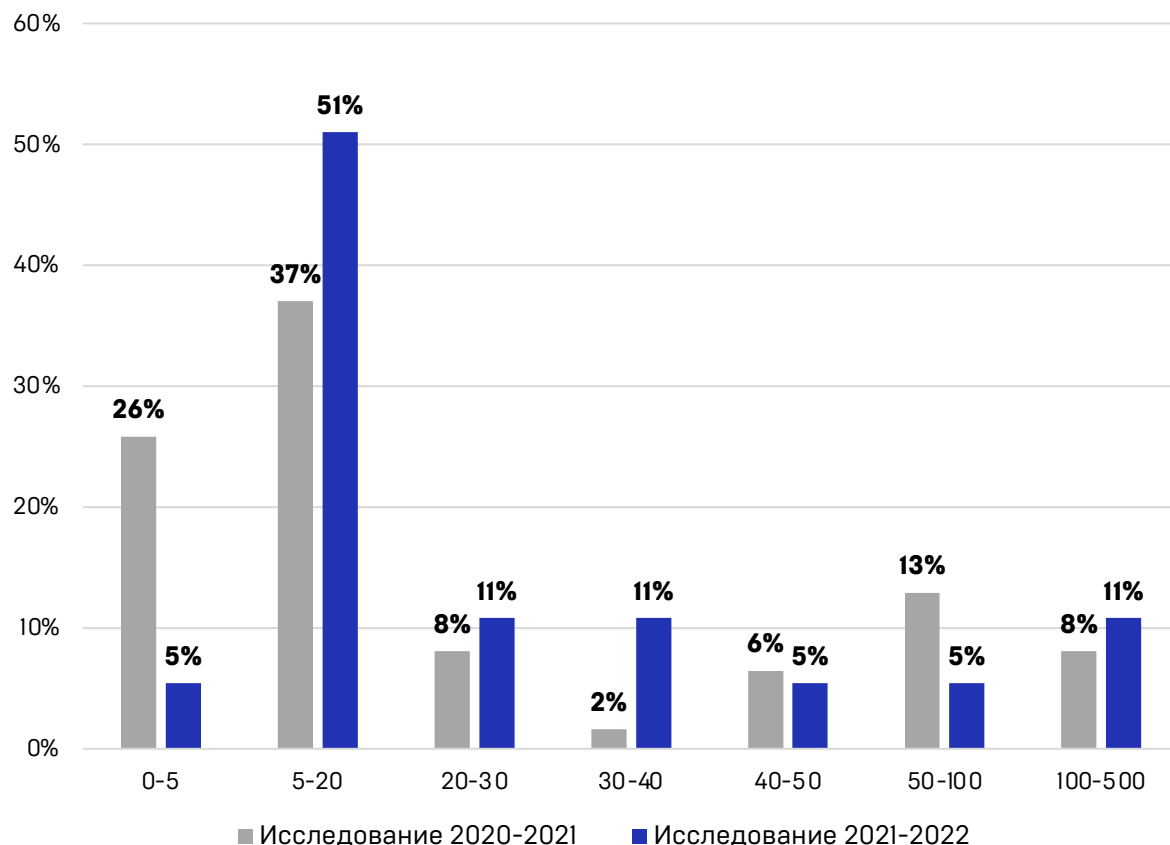
Укажите области, в которых Вы сталкивались с неэтичными тендерами



- Чаще всего респонденты сталкивались с неэтичными тендерами в области креативных (44%) и стратегических (41%) работ;
- Также участники исследования отметили, что участвовали в неэтичных тендерах по медиа планированию и закупке (33%);
- Меньше всего неэтичных тендеров, с которыми сталкивались респонденты, в сфере исследований (7%).

Участие в тендерах. Сравнение результатов исследований

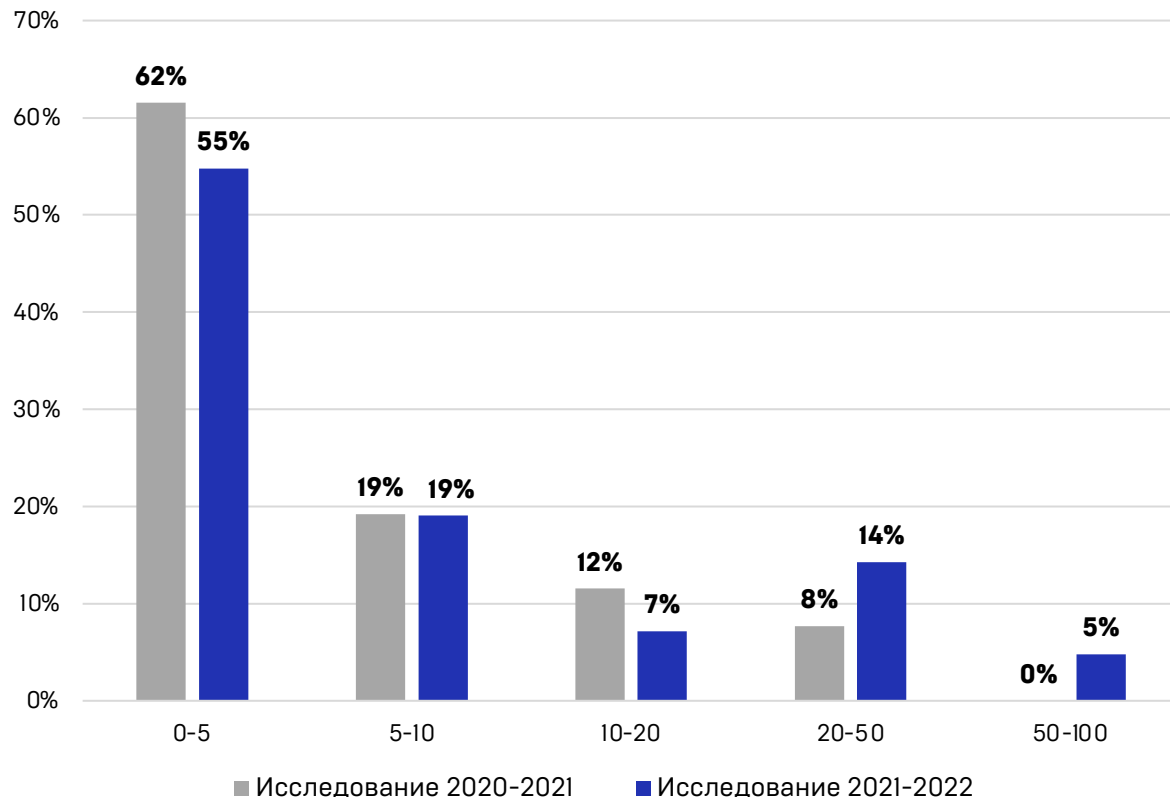
В каком количестве тендеров Вы участвовали?



- Распределение количества тендеров на группы показывает, что больше всего респондентов по исследованию 2021 и исследованию 2022 участвовало в группе 5-20 тендеров. При этом этот показатель увеличился в 2022 году: группа от 5 до 20 тендеров в 2021 году - 37% респондентов, та же группа 2022 - 51%;
- На 9 п. п. (с 2% до 11%) увеличилось число компаний, которые участвовали в 30-40 тендерах;
- На 8 п. п. сократилось количество участников 50-100 тендеров, составив 5%.

Участие в тендерах. Сравнение результатов исследований

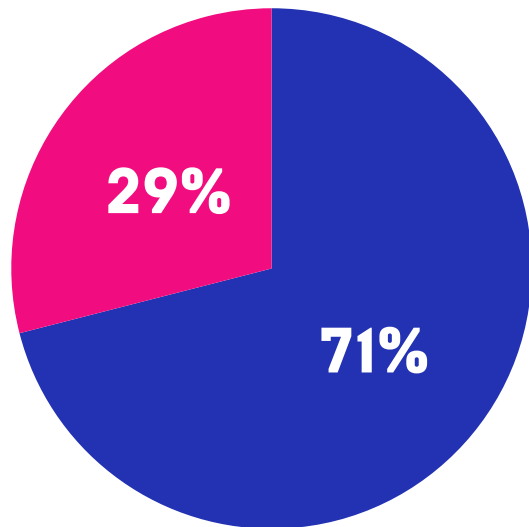
Укажите количество неэтичных тендеров среди тех, в которых участвовала Ваша компания



- Группа (0-5 тендеров) является лидером по обоим исследованиям по уровню неэтичных тендеров (2020-2021 – 62% респондентов сталкивалось с этим количеством тендеров, в исследовании 2021-2022, 55% сталкивалось с 0-5 неэтичных тендеров);
- С количеством неэтичных тендеров от 5 до 10 сталкиваются 19% респондентов как в первом, так и во втором исследовании;
- На 6 п.п. возросло количество респондентов, которые столкнулись с 20-50 неэтичными тендерами (14%).

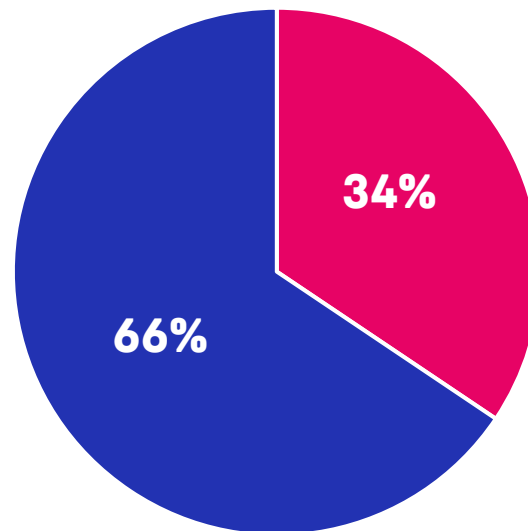
Доля неэтичных тендеров. Сравнение результатов исследований

Исследование 2020-2021



■ Доля неэтичных тендеров

Исследование 2021-2022



■ Доля неэтичных тендеров

Доля неэтичных тендеров, в которых принимали участие агентства - респонденты, увеличилось с 29% до 34% (на 5 п.п.)

Методология и статистика исследования

Данные получены в результате электронного опроса рекламных агентств методом CAWI с использованием лицензионного программного обеспечения Alchemer.

Всего получено 82 анкеты. Из них 52 полностью заполненных анкет, 30 частично заполненных.

Данные собраны, обработаны и презентованы ИЦ АКАР/АРИР/РАМУ

- Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 11 июля – 15 июля 2022;
- Распространение анкеты по рекламодателям и рекламным агентствам: 18 июля – 22 июля 2022;
- Обработка и анализ полученных данных: 25 июля 2022;
- Подготовка отчета: 26 июля 2022.

В отчете сопоставляются данные, полученные в результате «Исследования неэтичных тендеров за на рекламном рынке за период с января 2020 по октябрь 2021 года», проведенного ИЦ АКАР / АРИР / РАМУ в декабре 2021 года.

КОНТАКТЫ

**РУКОВОДИТЕЛЬ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/АРИР/РАМУ**

Николай Васильев
nv@akarussia.ru

**МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ЦЕНТРА АКАР/АРИР/РАМУ**

Никита Баркевич
n.barkevich@akarussia.ru