

**ИССЛЕДОВАНИЕ НЕЭТИЧНЫХ
ТЕНДЕРОВ НА РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ
ЗА ПЕРИОД С ЯНВАРЯ 2020 ПО
ОКТАБРЬ 2021**

**ИЦ АКАР/РАМУ/IAV Russia
Москва
Декабрь
2021**

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Большинство тендеров, в которых принимали участие респонденты, коммерческие (91%) и бесплатные (93%);
- Почти треть всех тендеров (29%) за обозначенный в исследовании период (январь 2020 – октябрь 2021) респонденты оценивают как неэтичные;
- Больше всего неэтичных тендеров, по мнению респондентов, проводятся в сферах медиа (58%), маркетинговых услуг (49%), креатива (44%) и диджитал медиа (40%), меньше всего – в диджитал креативе (21%) и в PR (19%);
- Среди тех, кто сталкивался с неэтичными тендерами, 71% ответили, что неэтичность в тендерной процедуре заключалась в непрозрачной системе критериев выбора победителя или ее отсутствии.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Мошенничество и плагиат – наиболее распространенные цели проведения неэтичных тендеров. 63% респондентов предполагают, что неэтичные тендеры проводятся для имитации выбора заранее известного подрядчика на работы, половина респондентов считает, что под видом тендера проводится бесплатный и незаконный сбор идей и данных;
- 68% респондентов ответили, что их компания понесла от участия в неэтичных тендерах временной ущерб (потеря рабочего времени), 57% опрошенных столкнулись с финансовым ущербом;
- Большинству респондентов (79%) никак не удалось компенсировать ущерб или добиться наказания организатора неэтичного тендера;
- 46% опрошенных заносили неэтичного участника или организатора в черный список, чтобы не работать с ним в будущем, 5% опрошенных - подавали в суд.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Статистика исследования:

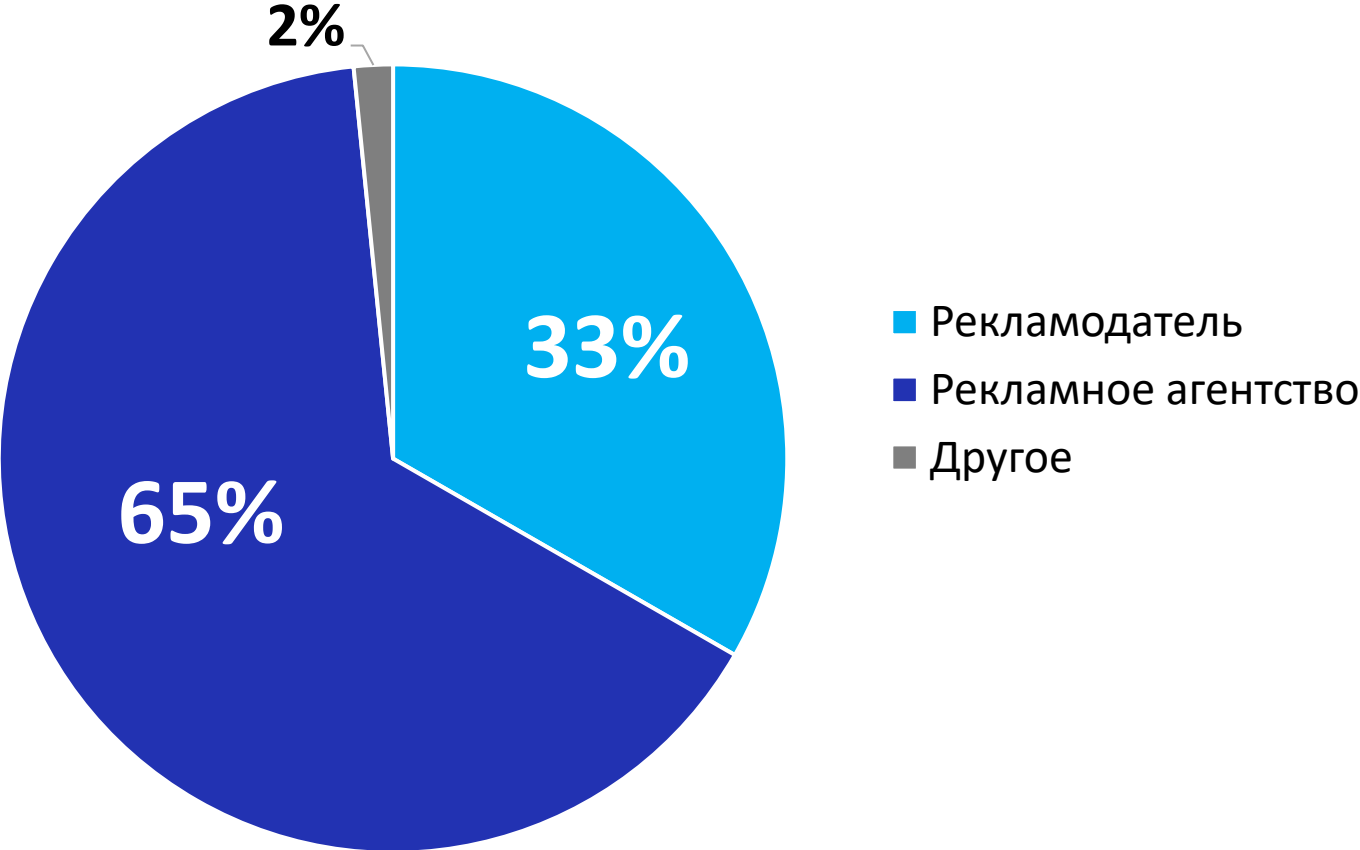
Данные получены в результате электронного опроса рекламодателей и рекламных агентств методом CAWI с использованием лицензионного программного обеспечения Alchemer.

Всего получено 166 анкет. Из них 76 полностью заполненных анкет (из которых 28 рекламодателей, 48 агентств), 90 частично заполненных анкет.

Данные собраны, обработаны и презентованы ИЦ АКАР/РАМУ/IAB RUSSIA

- Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 18 октября – 29 октября 2021;
- Распространение анкеты по рекламодателям и рекламным агентствам: 8 ноября 2021 – 26 ноября 2021;
- Обработка и анализ полученных данных: 29 ноября – 1 декабря 2021;
- Подготовка отчета: 2 декабря 2021.

КАКУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?

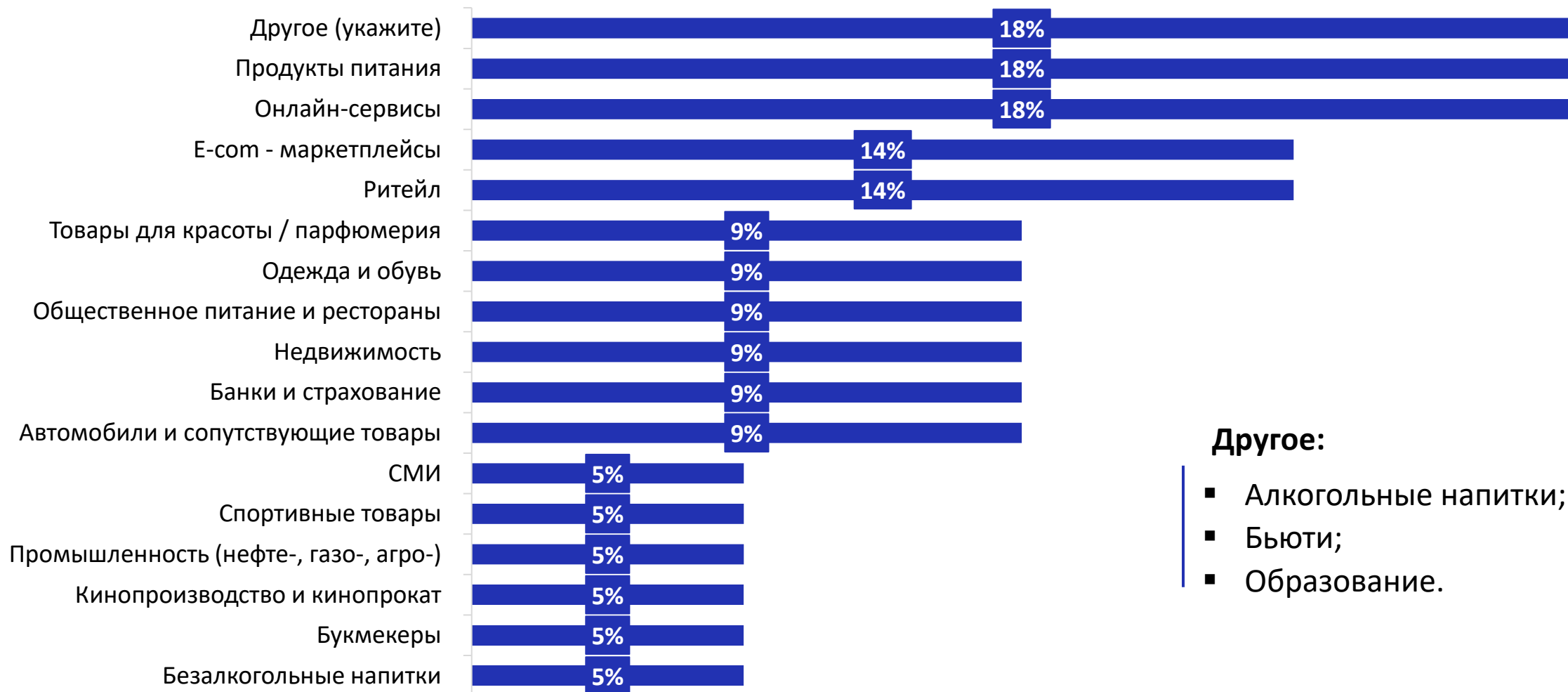


Другое (2%):

- Рекламное агентство внутри паблишера
- Рекламоноситель
- Заказчик
- Площадка

УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ (РЕКЛАМОДАТЕЛИ)

Укажите, к какой сфере бизнеса относится Ваша компания (Рекламодатели)

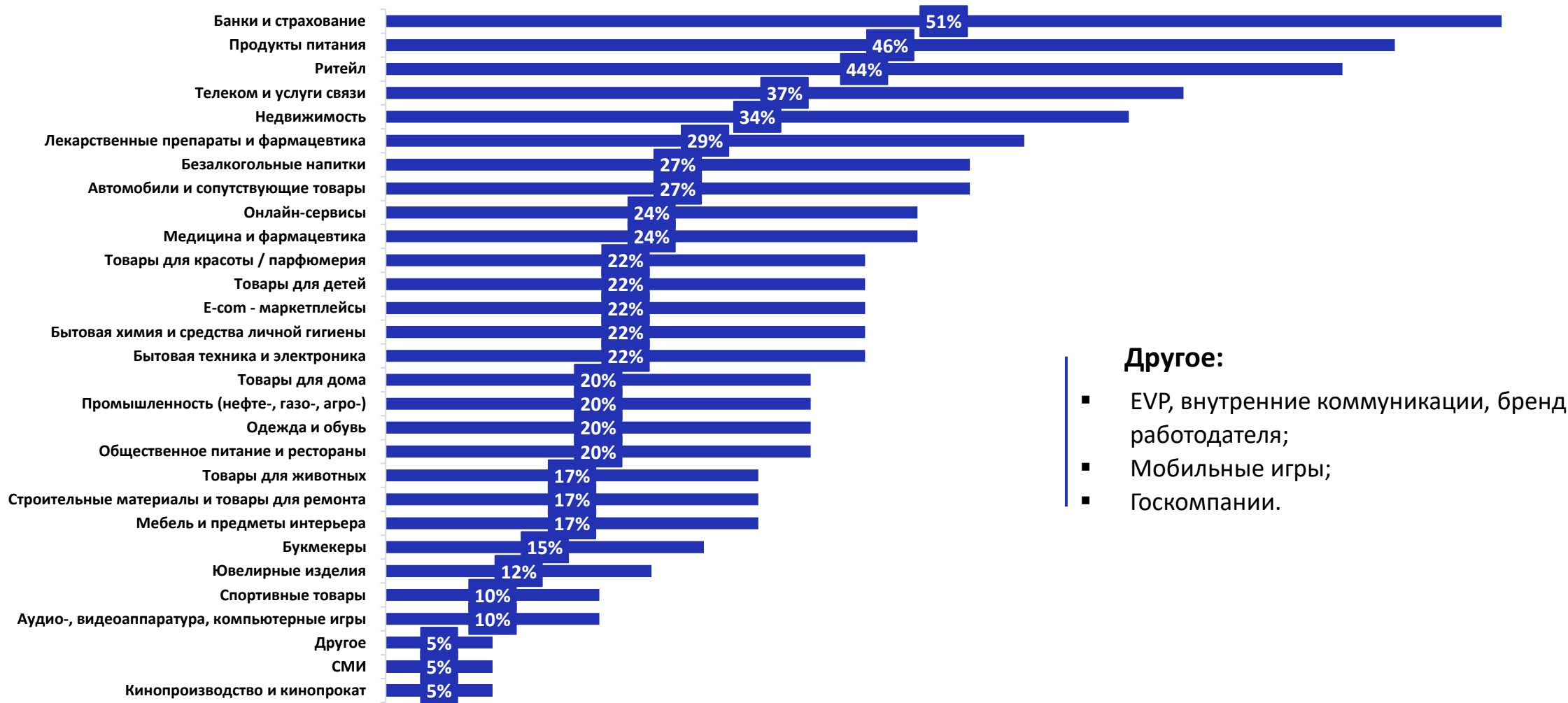


Другое:

- Алкогольные напитки;
- Бьюти;
- Образование.

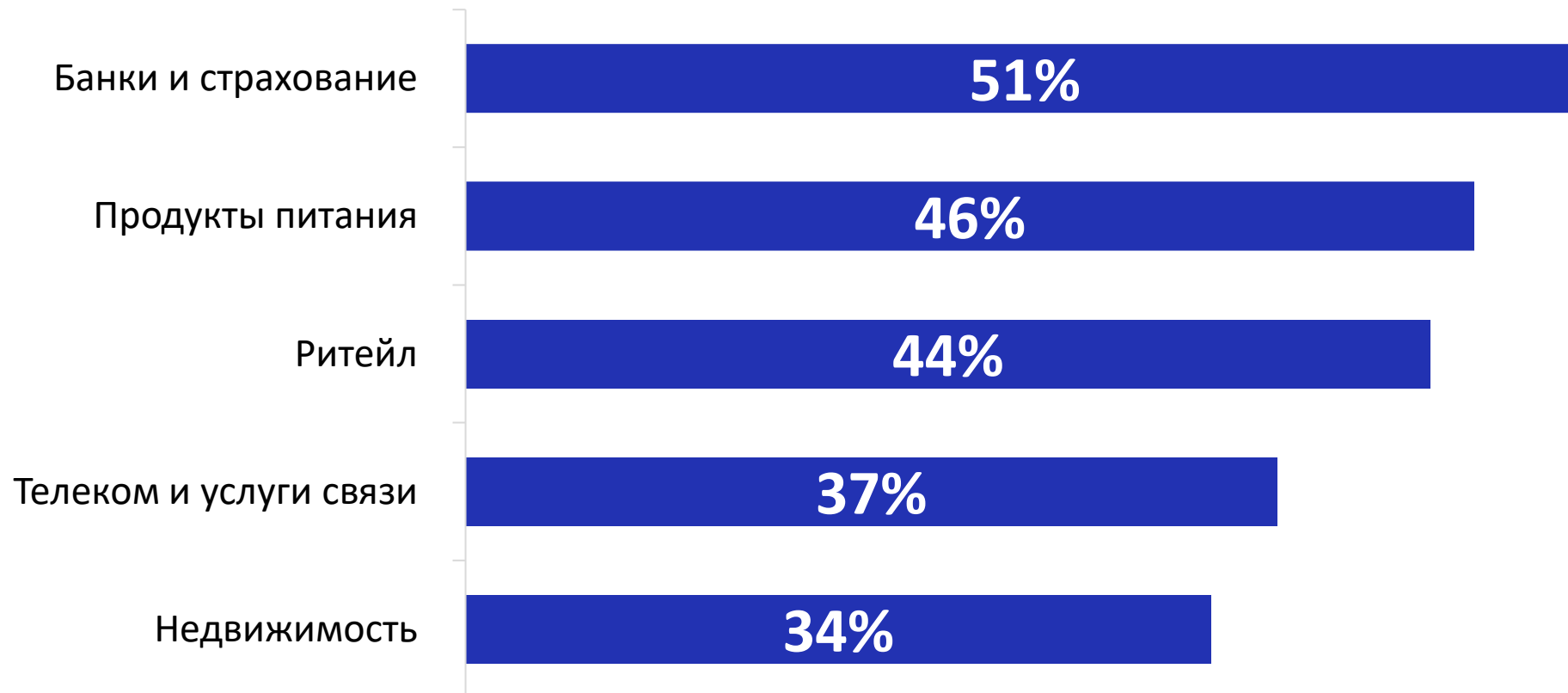
УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ (РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА)

Укажите сферы бизнеса, где вы принимали участие в тендерах



УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ (РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА)

Топ-5 сфер бизнеса, в которых рекламодатели принимали участие в тендерах

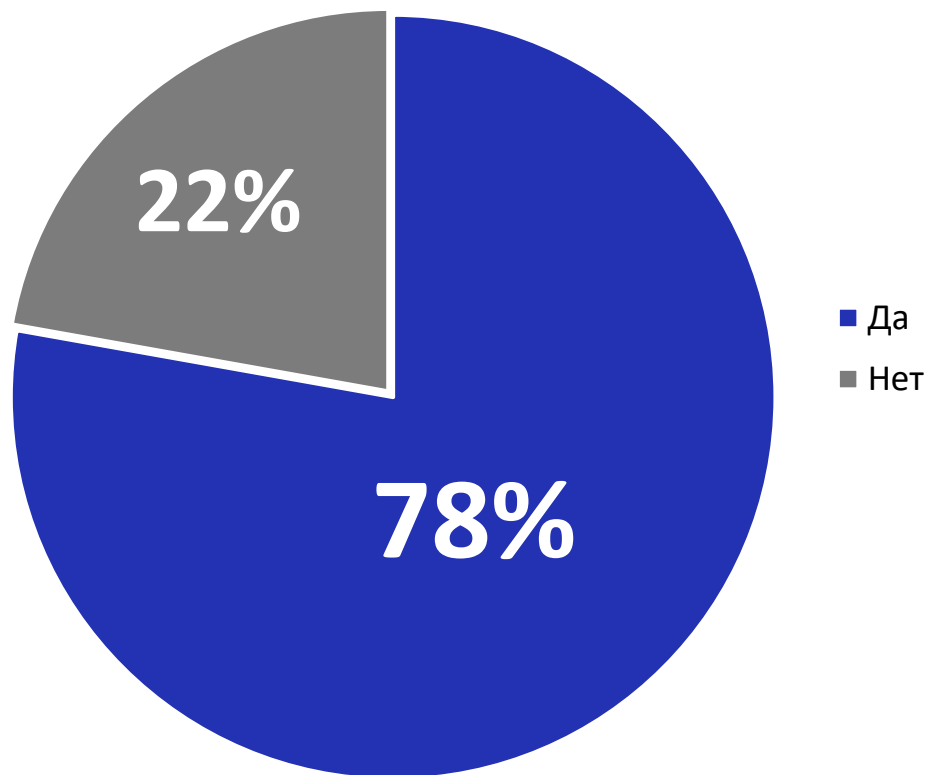


ОПИСАНИЕ УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

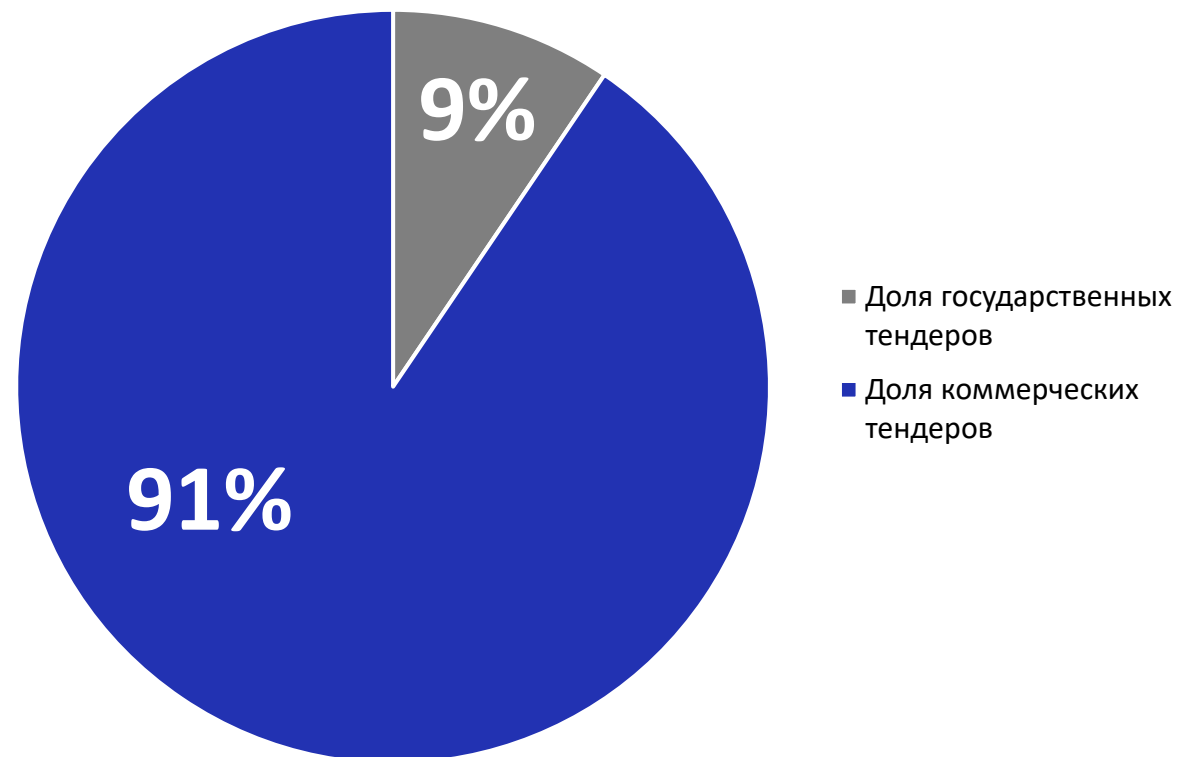
- Почти две трети участников исследования (65%) – рекламные агентства, треть – рекламодатели (33%);
- Больше всего респондентов-рекламодателей из следующих сфер: продукты питания (18%), онлайн-сервисы (18%), e-com маркетплейсы (14%) и ритейл (14%);
- 9% рекламодателей – представители следующих сфер бизнеса: товары для красоты / парфюмерия, одежда и обувь, общественное питание и рестораны, недвижимость, банки и страхование и автомобили;
- 5% рекламодателей из следующих сфер: СМИ, спортивные товары, промышленность, кинопроизводство и кинопрокат, букмекеры, безалкогольные напитки;
- Больше половины рекламных агентств принимали участие в тендерах в сфере банков и страхования (51%), почти половина – в сфере продуктов питания (46%) и ритейла (44%).

УЧАСТИЕ В ТЕНДЕРАХ

Скажите, пожалуйста, участвовала ли Ваша компания в тендерах с января 2020 по октябрь 2021?

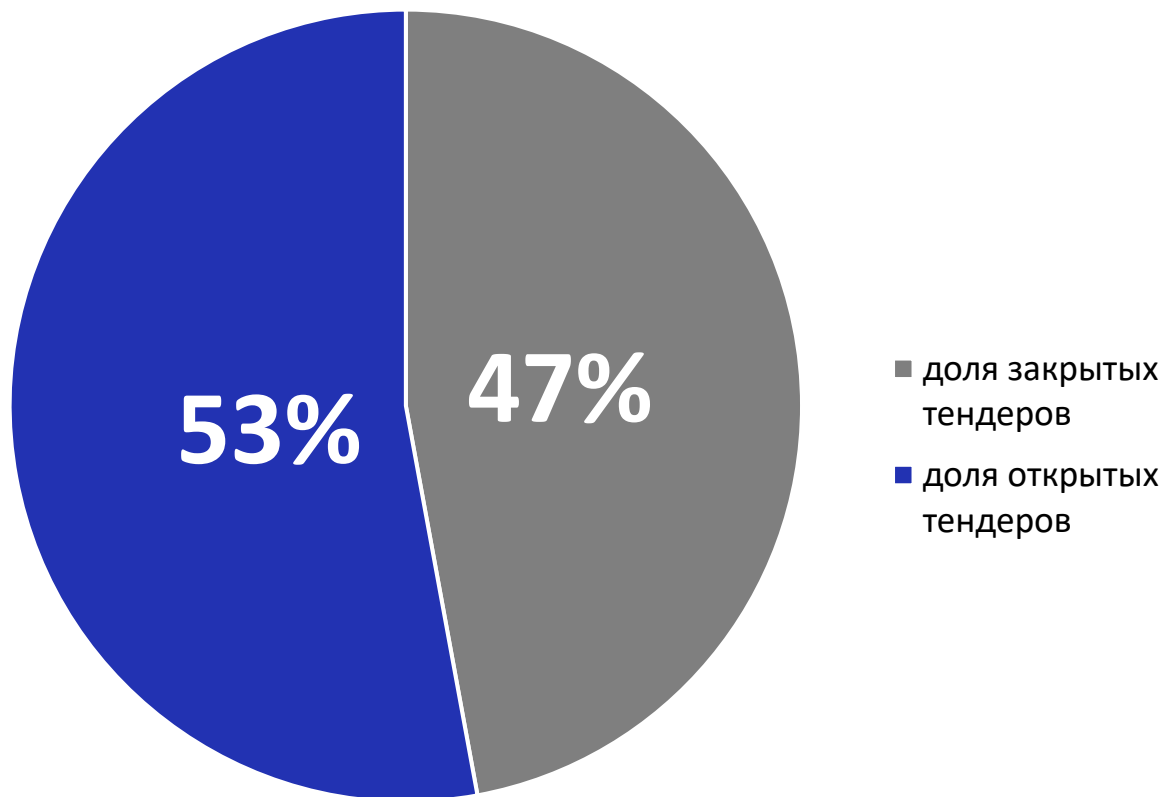


Оцените долю коммерческих и государственных тендеров из общего количества тендеров, в которых Вы принимали участие

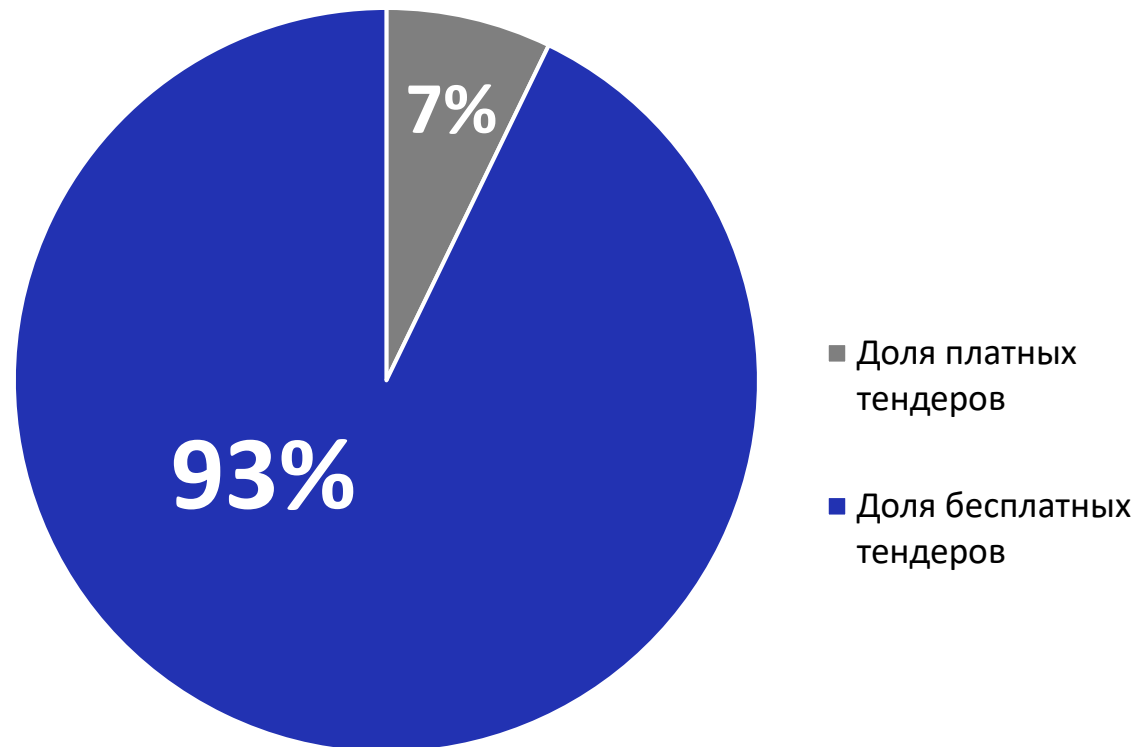


УЧАСТИЕ В ТЕНДЕРАХ

Оцените долю закрытых и открытых тендеров из общего количества тендеров, в которых Вы принимали участие

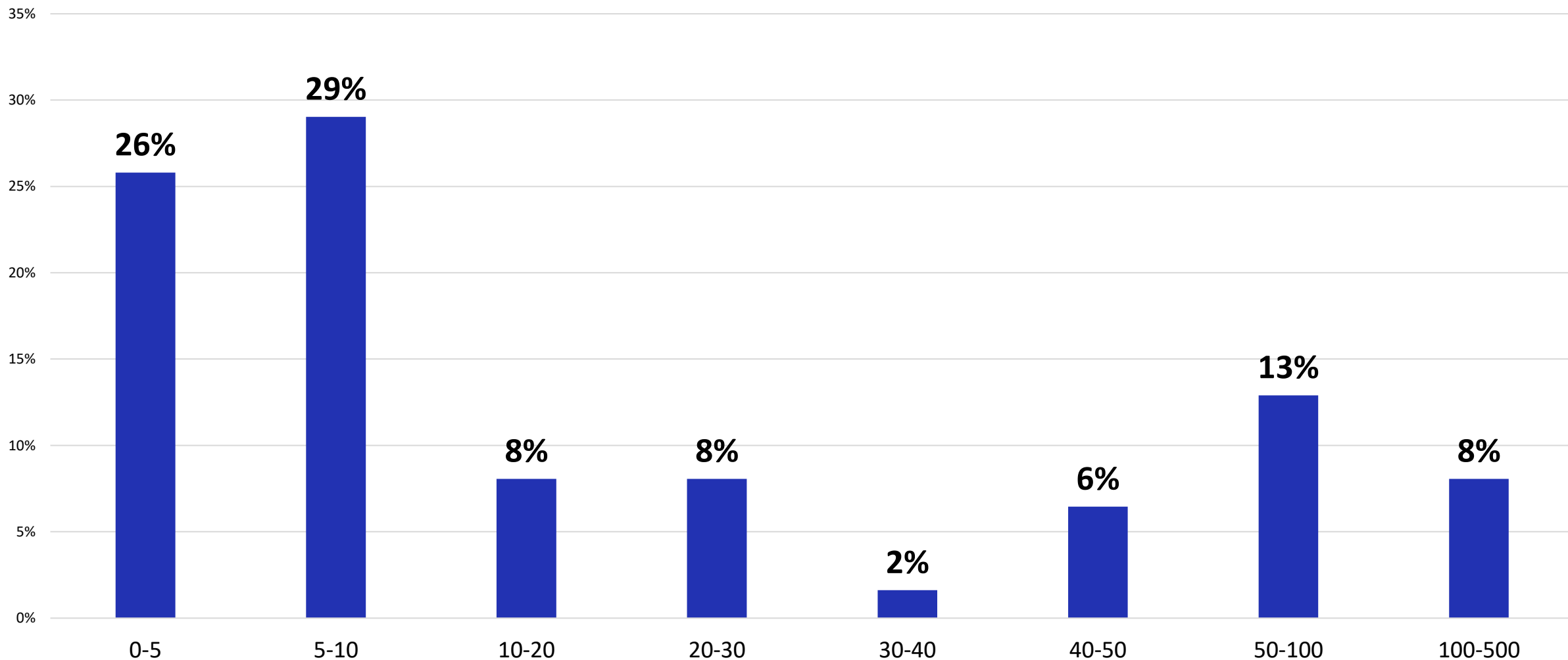


Оцените долю платных и бесплатных тендеров из общего количества тендеров, в которых Вы принимали участие



УЧАСТИЕ В ТЕНДЕРАХ

В каком количестве тендеров Вы участвовали?

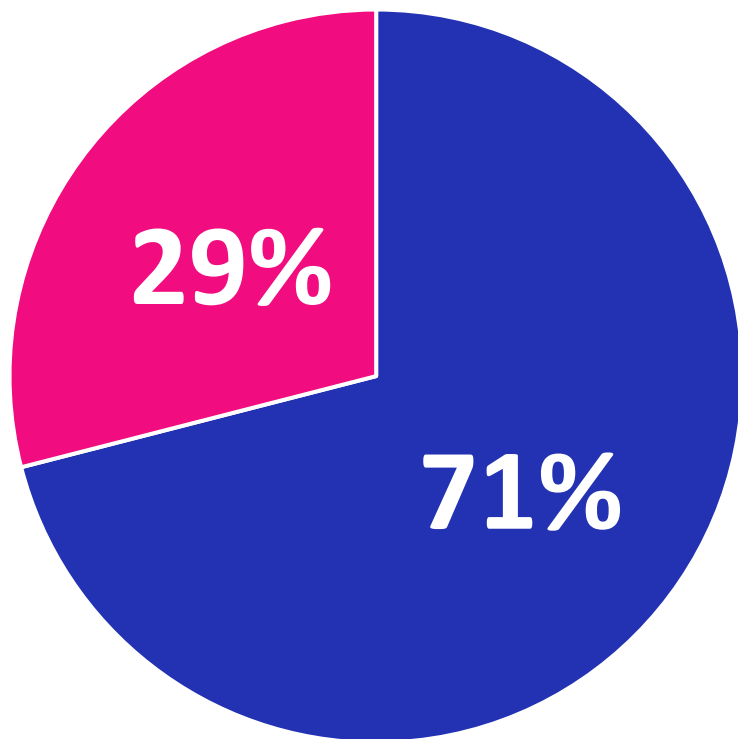


УЧАСТИЕ В ТЕНДЕРАХ

- Большинство респондентов (78%) принимали участие в тендерах за период с января 2020 по октябрь 2021 года;
- Среди тендеров, в которых принимали участие респонденты, 91% коммерческих и 9% государственных;
- Закрытые и открытые тендеры распределились почти поровну – 53% открытых и 47% закрытых;
- 93% из всех тендеров – бесплатные, 7% - платные;
- 55% респондентов за указанный период участвовали в 5-10 тендерах.

ПРОБЛЕМА НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Как Вы оцениваете долю неэтичных тендеров в общем количестве тендеров, в которых Вы принимали участие



■ Доля неэтичных тендеров

Как часто Вы сталкиваетесь с проблемой неэтичных тендеров?



ПРОБЛЕМА НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

С какими неэтичными действиями Вы сталкивались со стороны организатора тендера?



ПРОБЛЕМА НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

С какими неэтичными действиями Вы сталкивались со стороны организатора тендера?

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ ДРУГОЕ:

- Предлагали кредитовать тендеры за свой счёт, включая рекламный бюджет;
- С дискриминирующей технической спецификацией;
- Введение дополнительных квалификационных требований явно под конкретное агентство;
- Конкуренты могут давать цены значительно ниже;
- Отказ от оплаты за участие после объявления победителя;
- Отсутствие регламентов по срокам тендера;
- С организацией тендера под конкретного исполнителя.

ПРОБЛЕМА НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

- Почти треть всех тендеров (29%), в которых за обозначенный в исследовании период участвовали респонденты, оцениваются как неэтичные;
- 37% участников исследования ответили, что сталкиваются с неэтичными тендерами часто, 20% - сталкиваются постоянно;
- 18% сталкиваются в единичных случаях, 14% - редко, 11% респондентов ответили, что ни разу не сталкивались за этот период с неэтичными тендерами;
- Среди тех, кто сталкивался с неэтичными тендерами, 71% ответили, что неэтичность в тендерной процедуре заключалась в непрозрачной системе критериев выбора победителя или её отсутствии.

ПРОБЛЕМА НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

- 60% респондентов указали, что столкнулись с отсутствием внятной обратной связи после сдачи предложения;
- 57% - с отказом давать обратную связь или аргументированный ответ проигравшему;
- Половине из всех ответивших (50%) отменяли тендер без объяснения причин, 36% указали, что после необоснованной отмены тендер в дальнейшем реализовывали самостоятельно;
- Для 41% респондентов неэтичные действия при организации тендера заключались в сокращении бюджета после выбора победителя тендера;
- 21% респондентов заявили о дискриминации национальных (локальных) игроков рекламного рынка.

ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Каковы, на Ваш взгляд, цели проведения неэтичных тендеров?

Имитация выбора уже заранее известного подрядчика на работы

63%

Под видом тендера провести бесплатный сбор креативных идей, концепций, стратегий и творческих материалов

49%

Получение незаконного финансового дохода

40%

Под видом тендера провести бесплатный сбор обработанных медиаданных, сбор актуальных методов...

40%

Имитация конкуренции

33%

Получение под видом тендера любых других данных и материалов для эффективной работы компаний без их...

23%

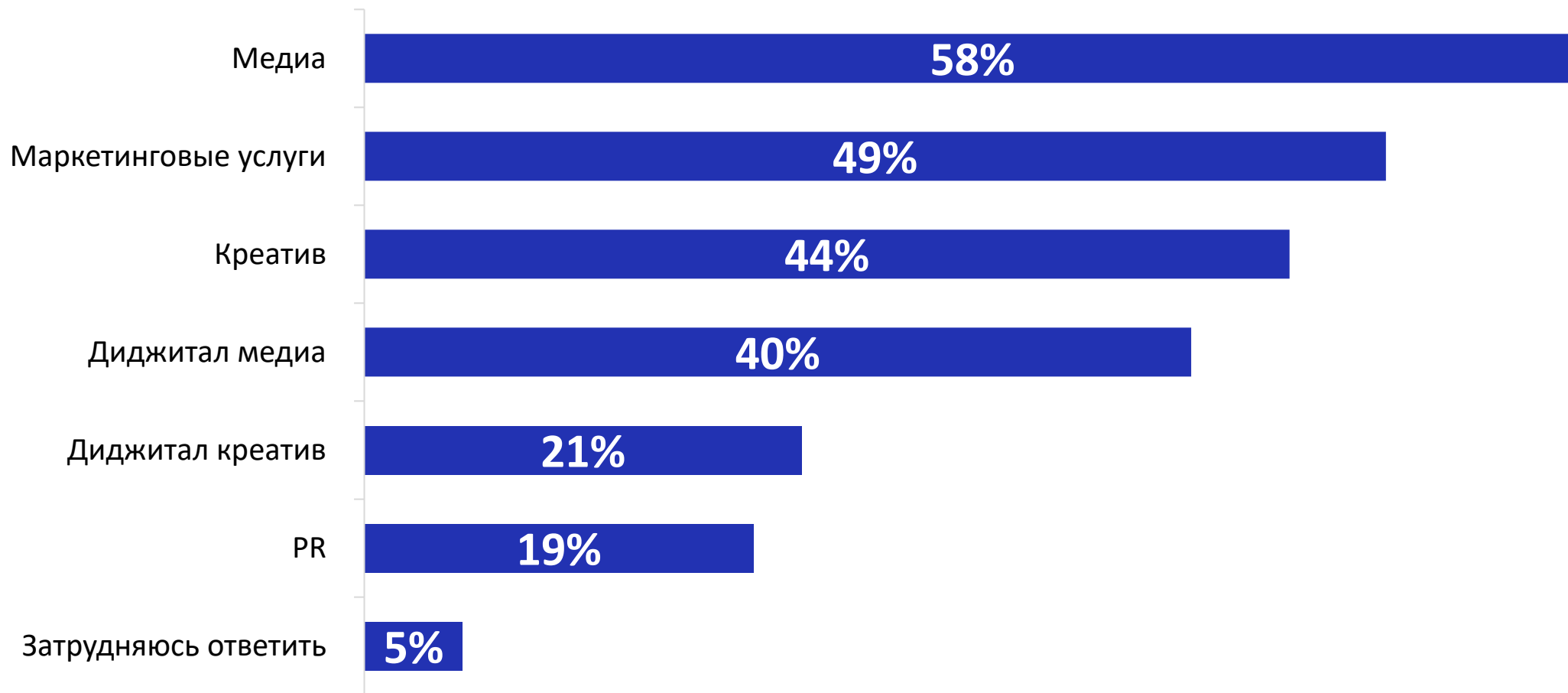
Другое 2%

Другое:

- Имитация деятельности среднего менеджмента в крупных компаниях.

ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Скажите, пожалуйста, в какой сфере рекламного бизнеса, на Ваш взгляд, проводится больше всего неэтичных тендеров?

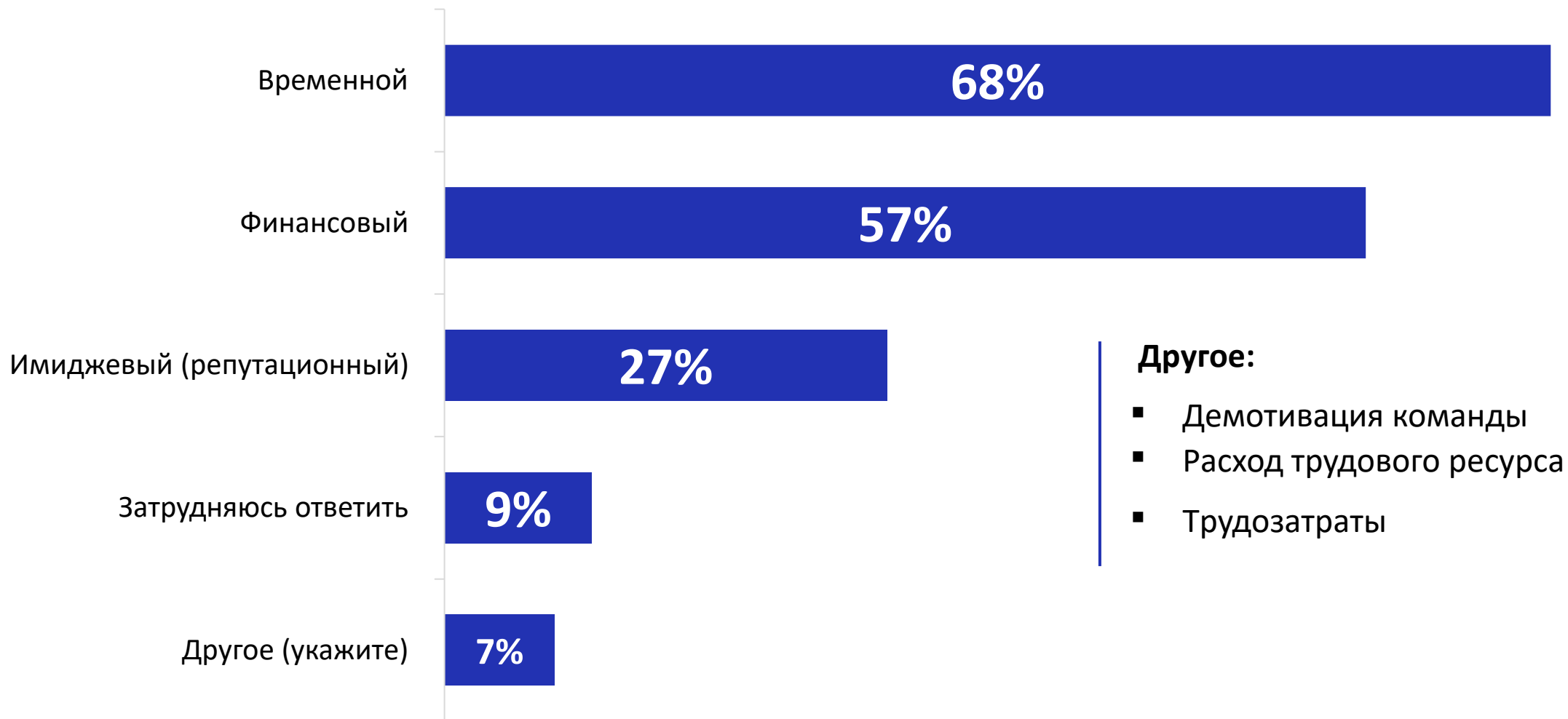


ЦЕЛИ ПРОВЕДЕНИЯ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

- Большинство опрошенных (63%) считают, что неэтичные тендеры проводятся для имитации выбора заранее известного подрядчика на работы;
- Почти половина респондентов (49%) считают, что под видом тендера проводится бесплатный сбор креативных идей, 40% ответили, что под видом тендера происходит бесплатный сбор медиа данных и актуальных методов медиапланирования, 23% - неэтичный сбор любых других данных;
- Треть ответивших (33%) полагают, что неэтичные тендеры проводятся для создания иллюзии конкуренции;
- 40% ответили, что неэтичные тендеры проводятся для получения незаконного финансового дохода.
- Больше всего неэтичных тендеров, по мнению респондентов, проводятся в сферах медиа (58%), маркетинговых услуг (49%), креативе (44%) и диджитал медиа (40%), меньше всего – в диджитал креативе (21%) и в PR (19%).

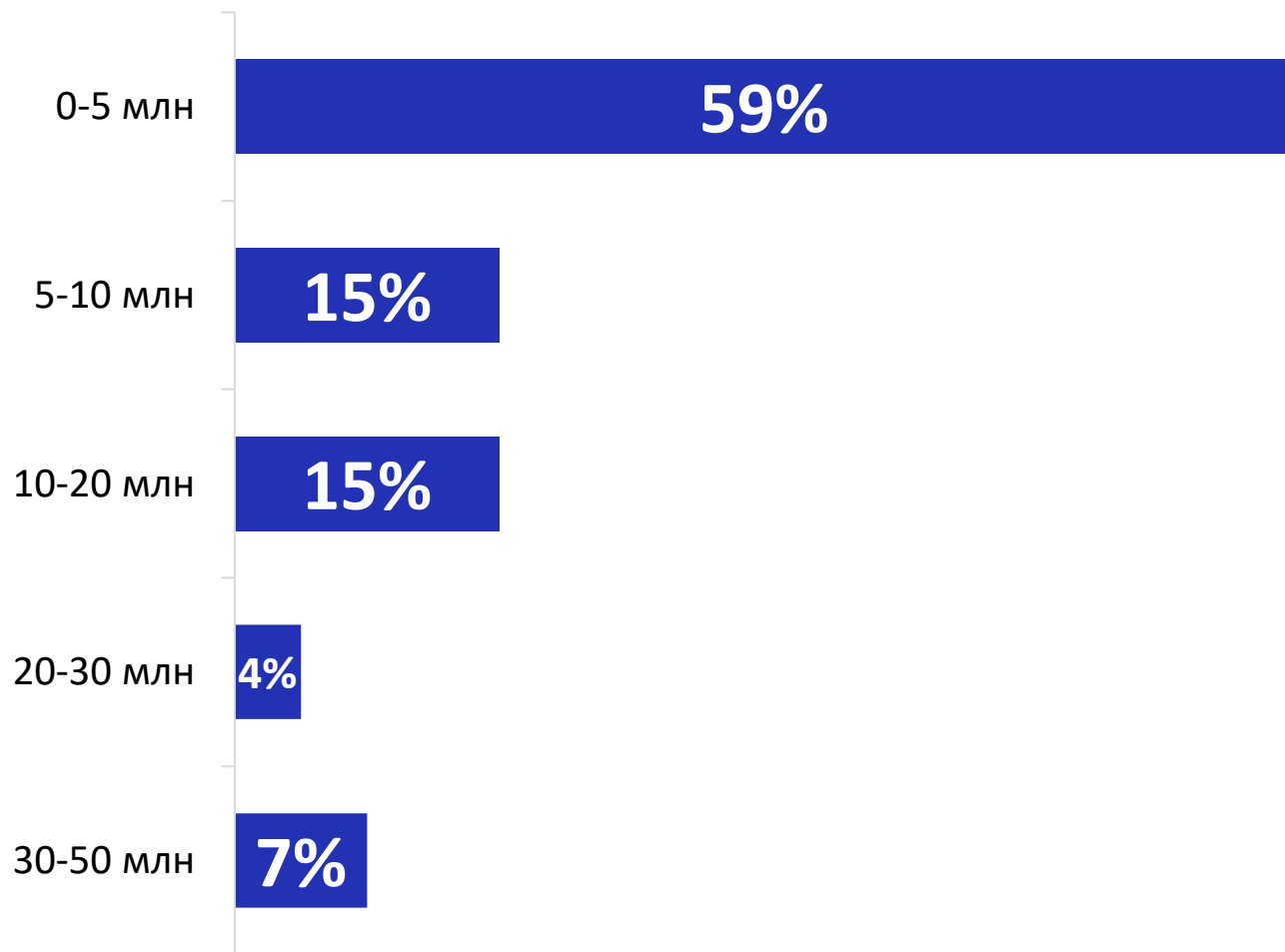
УЩЕРБ ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Какой ущерб понесла Ваша компания в результате участия в неэтичных тендерах?



УЩЕРБ ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Оцените финансовый ущерб, нанесенный Вашей компании неэтичными тендерами (в миллионах рублей)

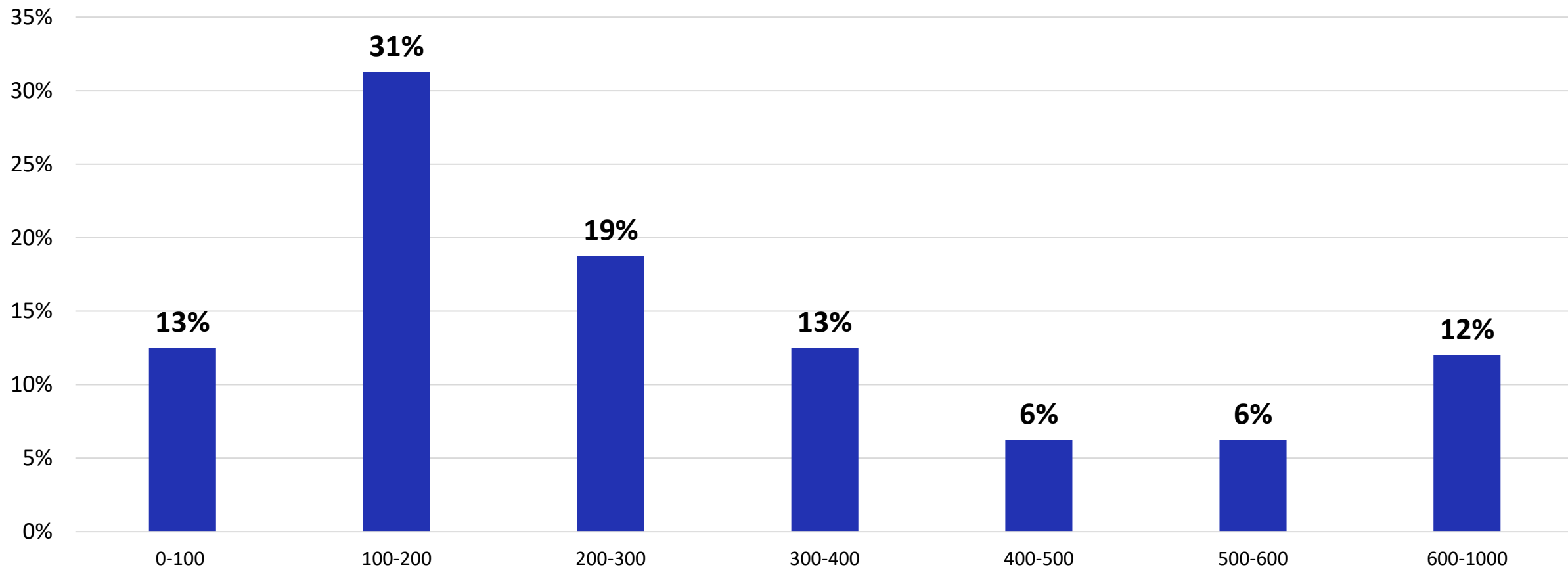


Оцените степень репутационных потерь, которые понесла Ваша компания



УЩЕРБ ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Оцените временной ущерб, нанесенный Вашей компании неэтичными тендерами (в количестве рабочих часов)



УЩЕРБ ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

- 68% респондентов ответили, что их компания понесла от участия в неэтичных тендерах временной ущерб: почти треть (31%) ответили, что этот ущерб находился в диапазоне от 100 до 200 рабочих часов;
- 57% опрошенных столкнулись с финансовым ущербом: 59% оценили финансовые потери от неэтичных тендеров до 5 млн рублей, 30% оценили ущерб в результате участия в неэтичных тендерах в диапазоне от 5 до 20 млн рублей;
- Около трети респондентов (27%) понесли репутационные потери, при этом большинство компаний – 65% понесли не критичные репутационные потери от участия в неэтичных тендерах.

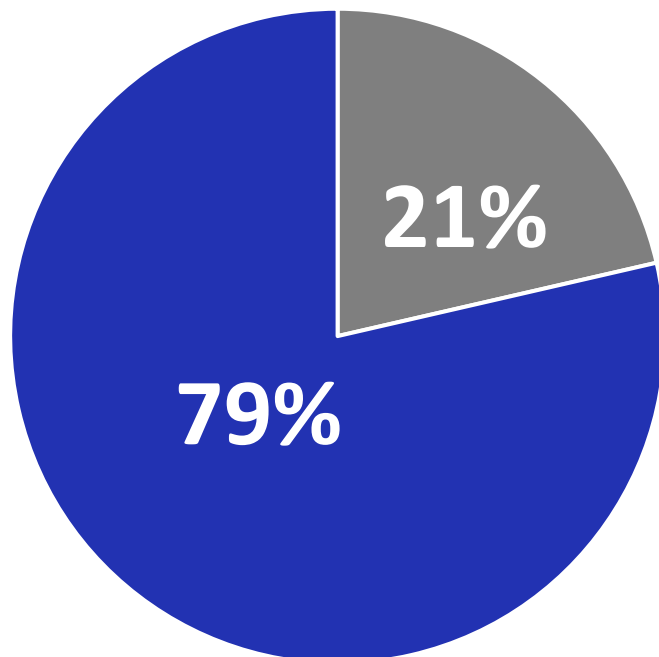
ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ УЩЕРБА ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Какие действия Вы предпринимали для устранения ущерба и наказания неэтичного участника?



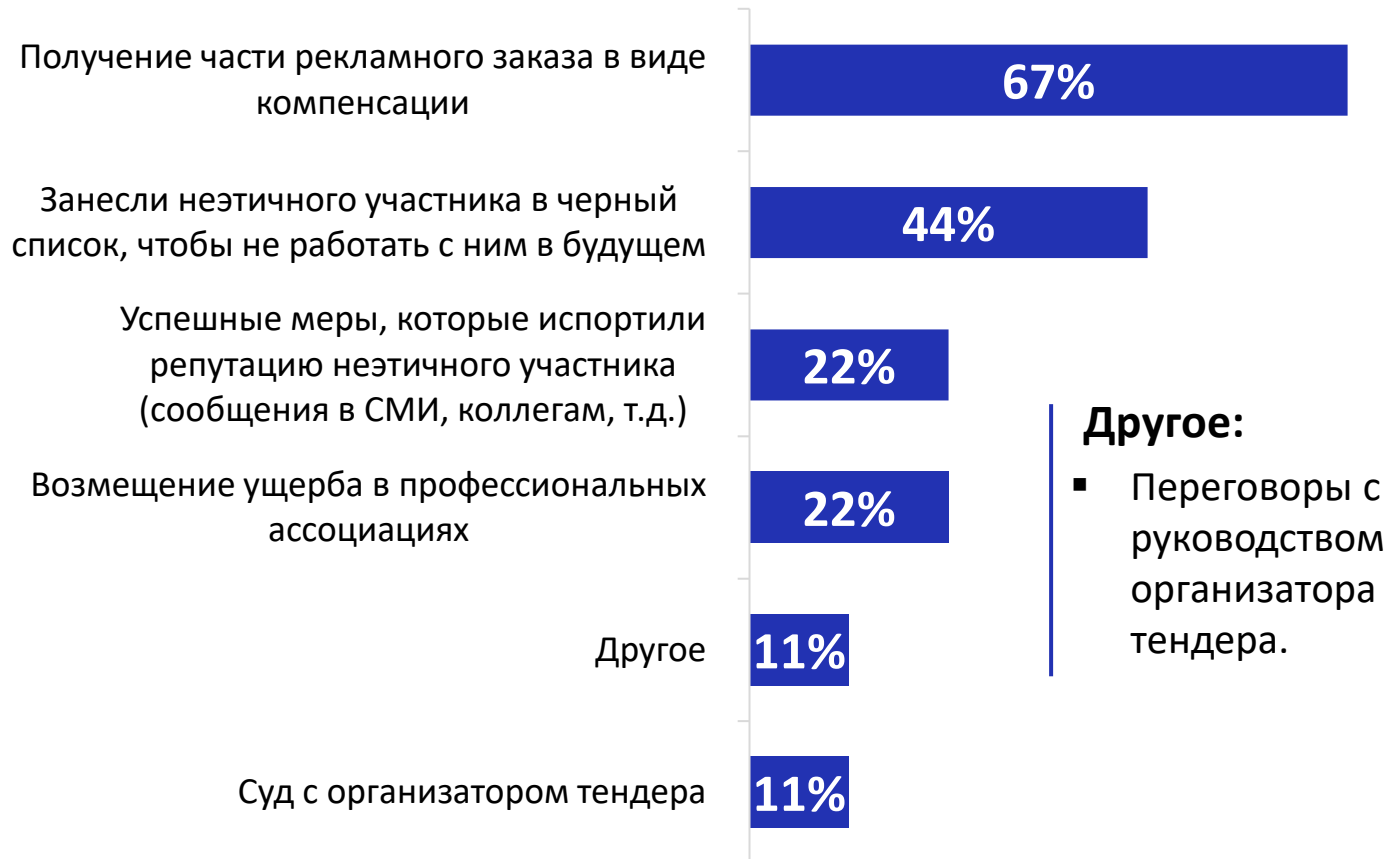
ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ УЩЕРБА ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Удавалось ли Вам каким-либо образом компенсировать ущерб или наказать неэтичного участника?



■ Да ■ Нет

Какие именно действия удалось предпринять для наказания неэтичного участника?

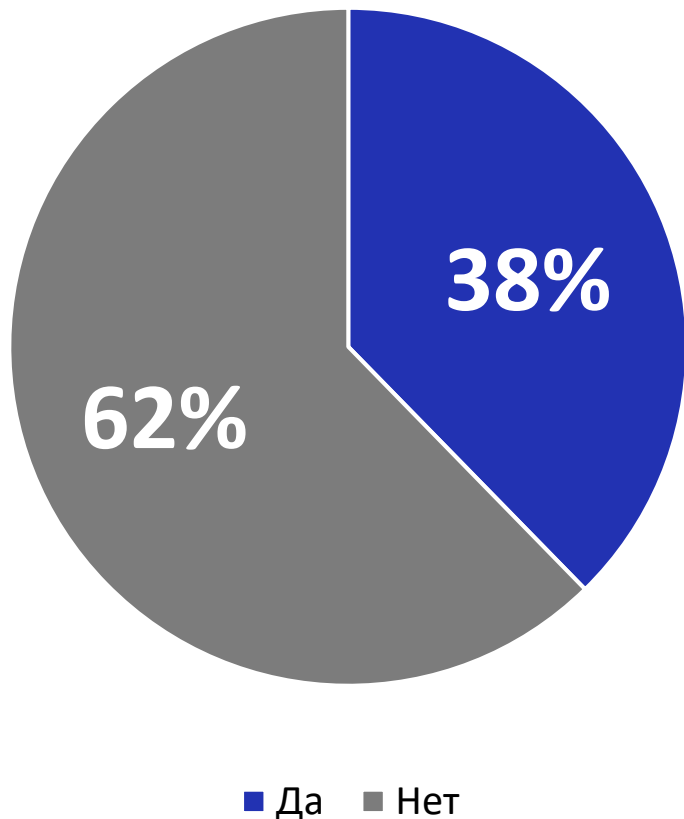


Другое:

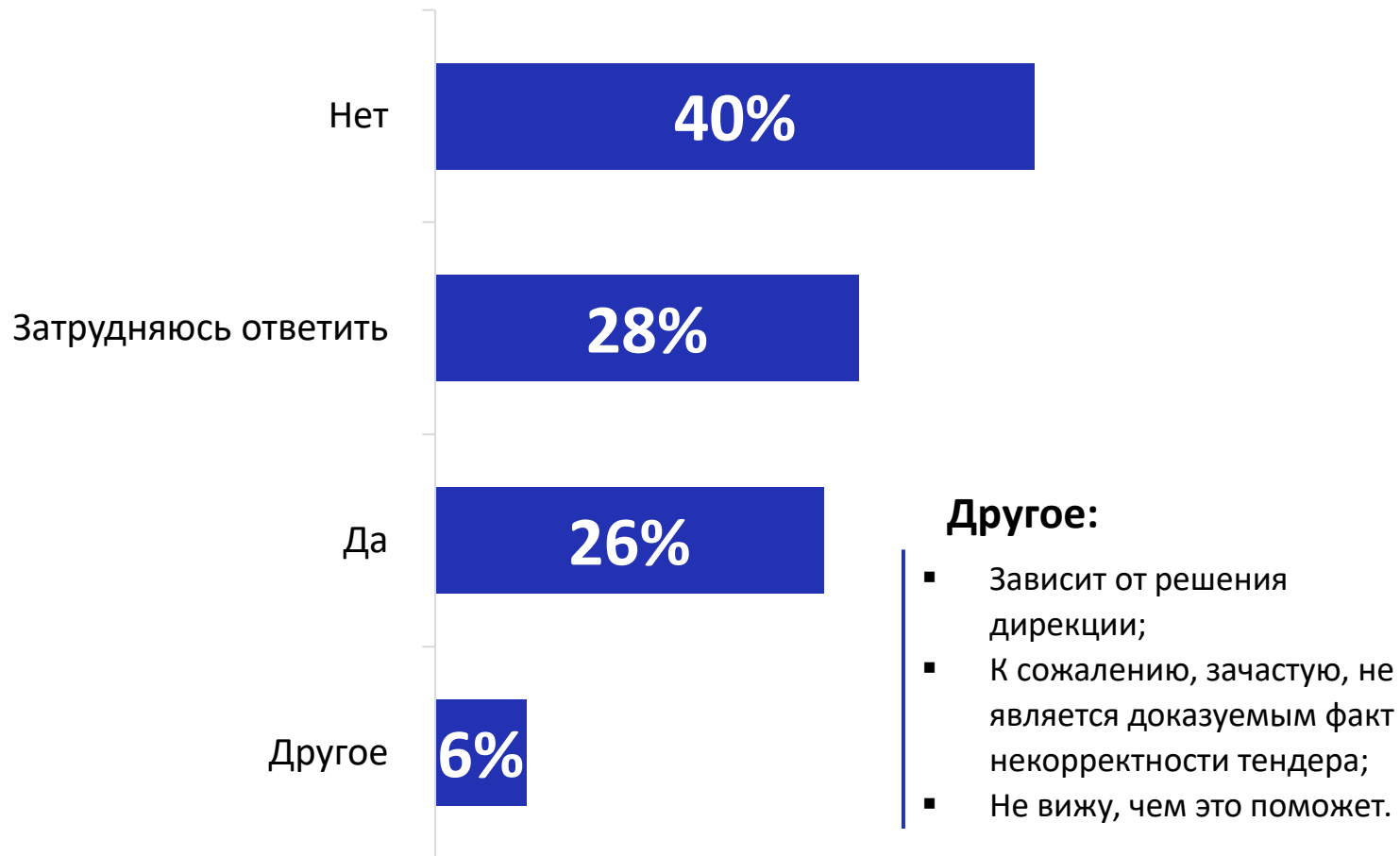
- Переговоры с руководством организатора тендера.

ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ УЩЕРБА ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

Готовы ли Вы после передачи материалов о проведении неэтичного тендера, сделать эту информацию публичной?



Готовы ли Вы сообщить Комиссии по этике АКАР случаи проведения неэтичных тендеров?



ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ УЩЕРБА ОТ НЕЭТИЧНЫХ ТЕНДЕРОВ

- 46% опрошенных заносили неэтичного участника в черный список, чтобы не работать с ним в будущем;
- 22% пытались договариваться с организаторами неэтичного тендера о получении части рекламного заказа в виде компенсации;
- 20% - подавали жалобы в профессиональные ассоциации, почти столько же (17%) принимали самостоятельные меры по наказанию неэтичного участника;
- 5% опрошенных подавали в суд на организатора тендера;
- Большею частью респондентов (79%) никак не удалось компенсировать ущерб или добиться наказания организатора неэтичного тендера;
- Компенсировали ущерб или наказали неэтичного игрока только 21% респондентов, 67% из которых получили часть рекламного заказа в виде компенсации;
- 62% респондентов не готовы предавать огласке информацию о неэтичных тендерах, с которыми они сталкивались.

КОНТАКТЫ

РУКОВОДИТЕЛЬ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ЦЕНТРА АКАР/IAВ RUSSIA/РАМУ

Николай Васильев

nv@akarussia.ru

МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/IAВ RUSSIA/РАМУ

Никита Баркевич

n.barkevich@akarussia.ru

AKARUSSIA.RU

[YOUTUBE](#)

[FACEBOOK](#)