

О внесении изменений в приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 "Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне"

Утративший силу

Приказ Министра информации и общественного развития Республики Казахстан от 19 июня 2021 года № 222. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 21 июня 2021 года № 23128. Утратил силу приказом и.о. Министра культуры и информации Республики Казахстан от 6 ноября 2024 года № 526-НҚ.

Сноска. Утратил силу приказом и.о. Министра культуры и информации РК от 06.11.2024 № 526-НҚ (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования).

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Внести в приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 "Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 14886), следующие изменения:

заголовок указанного приказа изложить в следующей редакции:

"Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях";

пункт 1 изложить в следующей редакции:

"1. Утвердить прилагаемые Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях.";

Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне, утвержденные указанным приказом, изложить в новой редакции согласно приложению к настоящему приказу.

2. Комитету информации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан в установленном законодательством Республики Казахстан порядке обеспечить:

1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан;

3) в течение десяти рабочих дней после государственной регистрации настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан представление в Юридический департамент Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан сведений об исполнении мероприятий, предусмотренных подпунктами 1) и 2) настоящего пункта.

3. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего вице-министра информации и общественного развития Республики Казахстан.

4. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования.

*Министр информации и общественного развития
Республики Казахстан*

А. Балаева

"СОГЛАСОВАН"

Министерство финансов
Республики Казахстан

Приложение к приказу
Министра информации и
общественного развития
Республики Казахстан
от 19 июня 2021 года № 222
Утверждены приказом
Министра информации и
коммуникаций
Республики Казахстан
от 28 февраля 2017 года № 75

Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях

Глава 1. Общие положения

1. Настоящие Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях (далее – Правила) разработаны в соответствии с подпунктом 7-1) статьи 4-3 Закона Республики Казахстан "О средствах массовой информации" (далее – Закон) и определяют порядок размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях.

2. В настоящих Правилах используются следующие понятия:

1) организатор размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне (далее – организатор на республиканском уровне) – ведомство уполномоченного органа в области информации;

2) уполномоченный орган в области средств массовой информации (далее – уполномоченный орган) – государственный орган, осуществляющий государственное регулирование в области средств массовой информации;

3) государственный заказ по проведению государственной информационной политики – заказ на оказание услуг за счет средств республиканского и местных бюджетов для проведения государственной информационной политики;

4) местный исполнительный орган области, городов республиканского значения и столицы (далее – местный исполнительный орган) – коллегиальный исполнительный орган, возглавляемый акимом области, города республиканского значения и столицы, района (города областного значения) осуществляющий в пределах своей компетенции местное государственное управление;

5) претендент – физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность или юридическое лицо, подавшее заявку на выполнение государственного заказа по проведению государственной информационной политики;

6) синопсис – изложение содержания проекта (в пределах одной страницы), отражающее его оригинальный замысел и идейность, а также соответствие тематическому направлению (идеологической задаче) и аудиторным показателям претендента.

Глава 2. Порядок размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне

3. Государственный заказ по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне (далее – республиканский заказ) предоставляется следующим видам субъектов:

- 1) периодическим печатным изданиям;
- 2) теле-, радиоканалам;
- 3) интернет-ресурсам.

4. Уполномоченным органом создается Республиканская комиссия по вопросам государственной информационной политики (далее – Республиканская комиссия), деятельность которой осуществляется согласно положению, утверждаемому в соответствии с пунктом 3 статьи 4-6 Закона.

5. Республиканская комиссия ежегодно, до 10 декабря утверждает перечень тематических направлений государственной информационной политики на

республиканском уровне на предстоящий календарный год, с учетом приоритетных направлений государственной информационной политики Республики Казахстан на основании предложений, представленных организатором на республиканском уровне.

6. Республиканская комиссия в течение календарного года, с учетом приоритетных направлений государственной информационной политики Республики Казахстан вносит соответствующие изменения в перечень тематических направлений государственной информационной политики на республиканском уровне.

7. Организатор на республиканском уровне размещает на интернет-ресурсе уполномоченного органа информационное сообщение о проведении размещения республиканского заказа по форме, согласно приложению 1 к настоящим Правилам, с приложением тематических направлений государственной информационной политики на республиканском уровне, и объемов не менее чем за шестнадцать календарных дней до дня его проведения.

8. Для участия в республиканском заказе претендент в течение пятнадцати календарных дней со следующего дня размещения информационного сообщения представляет заявку по форме согласно приложению 2 к настоящим Правилам (далее – заявка), а также перечень документов согласно приложению 3 к настоящим Правилам.

9. Документы, направленные на участие в республиканском заказе без заявки, не рассматриваются.

Конверт с заявкой на участие в республиканском заказе, представленный после истечения установленного срока, не вскрывается. В случае, если на конверте с заявкой указана информация о подавшем ее лице, а также почтовый адрес, данная заявка возвращается организатором на республиканском уровне претенденту.

Конверт с заявкой на участие в республиканском заказе, представленный без указания полного наименования и почтового адреса претендента не вскрывается, и подлежит хранению в течение календарного года.

10. В течение срока, установленного в информационном сообщении, организатор на республиканском уровне принимает конверты с заявками. Конверты с заявками, оформленные с нарушением требований, установленных в приложении 1 к настоящим Правилам, возвращаются претендентам не позднее одного рабочего дня со дня получения.

11. Организатор на республиканском уровне:

1) проверяет наличие на конвертах с заявками на участие сведений, предусмотренных в приложении 1 к настоящим Правилам;

2) принимает оформленные конверты с заявками на участие в соответствии с требованиями, установленными в приложении 1 к настоящим Правилам;

3) обеспечивает возврат заявки на участие, в случае ее отзыва до истечения окончательного срока представления заявок на участие в республиканском заказе

12. До истечения срока приема заявок, принятые заявки могут быть отозваны в письменном виде. Уведомление об отзыве заявки на участие в республиканском заказе оформляется в виде произвольного заявления на имя организатора на республиканском уровне, подписанного претендентом и скрепленного печатью (при ее наличии).

13. Отзыв заявки на участие в республиканском заказе после истечения срока их представления не допускается.

14. При получении конвертов с заявками в срок и месте, указанном в информационном сообщении о проведении размещения заказа, Республиканская комиссия вскрывает конверты с заявками и оформляет протокол вскрытия.

15. Протокол вскрытия конвертов с заявками на участие подписывается на заседании председателем и присутствующими членами Республиканской комиссии.

16. Представление неполного пакета документов согласно перечню, предусмотренному приложением 3 к настоящим Правилам, является основанием для не допуска в их рассмотрении Республиканской комиссией.

17. Республиканская комиссия не позднее десяти рабочих дней со дня вскрытия на заседании оценивает претендентов республиканского заказа по балльной оценке для определения телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, интернет-ресурсов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне согласно приложению 4 к настоящим Правилам.

18. Решающим критерием для определения победителя является творческое предложение претендента республиканского заказа в соответствии с балльной оценкой для определения телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, интернет-ресурсов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне согласно приложению 4 к настоящим Правилам.

Отсутствие творческого предложения либо его несоответствие заявленным тематическим направлениям являются основанием для недопуска к участию в республиканском заказе.

19. По результатам балльной оценки Республиканской комиссией объемы республиканского заказа среди периодических печатных изданий и

интернет-ресурсов по одному тематическому направлению распределяются одному и/или одновременно нескольким претендентам.

По результатам балльной оценки Республиканской комиссией объемы республиканского заказа среди теле-, радиоканалов по одному тематическому направлению распределяются одному претенденту.

Республиканский заказ среди периодических печатных изданий и интернет-ресурсов распределяется между победителями одного тематического направления согласно балльной оценке в процентном отношении от набранных баллов каждого победителя.

20. По результатам рассмотрения заявок в срок не более десяти рабочих дней со дня вскрытия заявок оформляется протокол итогов.

21. Протокол итогов подписывается на заседании председателем и присутствующими членами Республиканской комиссии.

22. По итогам решения Республиканской комиссии с победителями республиканского заказа заключается договор на проведение республиканского заказа в течение десяти рабочих дней со дня подписания протокола итогов.

23. Республиканский заказ признается неразмещенным по одному из следующих оснований:

- 1) отсутствие представленных заявок на участие в республиканском заказе;
- 2) если к участию в республиканском заказе не допущен ни один претендент.

24. В случае признания республиканского заказа неразмещенным, организатор на республиканском уровне осуществляет повторное размещение республиканского заказа согласно пунктам 7-20 настоящих Правил.

Глава 3. Порядок размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне

25. Государственный заказ по проведению государственной информационной политики на региональном уровне (далее – региональный заказ) предоставляется следующим видам субъектов:

- 1) периодическим печатным изданиям;
- 2) теле-, радиоканалам;
- 3) интернет-ресурсам.

26. Местным исполнительным органом создается Региональная комиссия по вопросам государственной информационной политики (далее – Региональная комиссия), деятельность которой осуществляется согласно типовому положению, утверждаемому уполномоченным органом в соответствии с пунктом 3 статьи 4-6 Закона.

27. Региональная комиссия ежегодно на основании предложений местного исполнительного органа до 20 декабря направляет перечень тематических

направлений государственной информационной политики на региональном уровне на предстоящий календарный год на рассмотрение Республиканской комиссии.

28. Республиканская комиссия ежегодно, до 25 декабря рассматривает перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на предстоящий календарный год и вырабатывает предложения по актуальности перечня тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне приоритетным направлениям государственной информационной политики и его соответствия перечню тематических направлений государственной информационной политики на республиканского уровне.

29. Региональная комиссия при получении предложений по перечню тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне вносит в него изменения и ежегодно, до 10 января утверждает перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на предстоящий календарный год, и направляет в уполномоченный орган копию утвержденного перечня тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне.

30. Региональная комиссия в течение календарного года с учетом приоритетных направлений государственной информационной политики Республики Казахстан вносит предложения по внесению изменений в перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на рассмотрение Республиканской комиссии.

31. Республиканская комиссия со дня получения предложений в течение десяти рабочих дней рассматривает перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне и вырабатывает предложения.

32. Региональная комиссия при получении предложений по перечню тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне в течение пяти рабочих дней со дня получения вносит изменения в перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне, и направляет в уполномоченный орган копию утвержденного перечня тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне.

33. Местный исполнительный орган размещает на своем интернет-ресурсе информационное сообщение о проведении размещения регионального заказа по форме, согласно приложению 1 к настоящим Правилам, с приложением

тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне и объемов не менее чем за шестнадцать календарных дней до дня его проведения.

34. Для участия в региональном заказе претендент в течение пятнадцати календарных дней со следующего дня размещения информационного сообщения представляет заявку, а также перечень документов, согласно приложению 5 к настоящим Правилам.

35. Документы, направленные на участие в региональном заказе без заявки, не рассматриваются.

Конверт с заявкой на участие в региональном заказе, представленный после истечения установленного срока, не вскрывается. В случае, если на конверте с заявкой указана информация о подавшем ее лице, а также почтовый адрес, данная заявка возвращается местным исполнительным органом претенденту.

Конверт с заявкой на участие в региональном заказе, представленный без указания полного наименования и почтового адреса претендента не вскрывается, и подлежит хранению в течение календарного года.

36. В течение срока, установленного в информационном сообщении, местный исполнительный орган принимает конверты с заявками на участие. Конверты с заявками на участие, оформленные с нарушением требований, установленных в приложении 1 к настоящим Правилам, возвращаются претендентам не позднее одного рабочего дня со дня получения.

37. Местный исполнительный орган:

1) проверяет наличие на конвертах с заявками на участие сведений, предусмотренных приложением 1 к настоящим Правилам;

2) принимает оформленные конверты с заявками на участие в соответствии с требованиями, установленными в приложении 1 к настоящим Правилам;

3) обеспечивает возврат заявки на участие, в случае ее отзыва до истечения окончательного срока представления заявок на участие в региональном заказе.

38. До истечения срока приема заявок, принятые заявки могут быть отозваны в письменном виде. Уведомление об отзыве заявки на участие в региональном заказе оформляется в виде произвольного заявления на имя местного исполнительного органа, подписанного претендентом и скрепленного печатью (при ее наличии).

39. Отзыв заявки на участие в региональном заказе после истечения срока их представления не допускается.

40. При получении конвертов с заявками в срок и месте, указанном в информационном сообщении о проведении размещения заказа, Региональная комиссия вскрывает конверты с заявками и оформляет протокол вскрытия.

41. Протокол вскрытия конвертов с заявками на участие подписывается на заседании председателем и присутствующими членами Региональной комиссии.

42. Представление неполного пакета документов, согласно перечню, предусмотренному приложением 5 к настоящим Правилам, является основанием для не допуска в их рассмотрении Региональной комиссией.

43. Региональная комиссия в течение десяти рабочих дней со дня вскрытия на заседании оценивает претендентов регионального заказа по балльной оценке, для определения телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, интернет-ресурсов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики:

- 1) для областей согласно приложению 6 к настоящим Правилам;
- 2) для городов республиканского значения, столицы согласно приложению 7 к настоящим Правилам.

44. Решающим критерием для определения победителя является творческое предложение претендентов регионального заказа в соответствии с балльной оценкой для определения телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, интернет-ресурсов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики:

- 1) для областей согласно приложению 6 к настоящим Правилам;
- 2) для городов республиканского значения, столицы согласно приложению 7 к настоящим Правилам.

Отсутствие творческого предложения либо его несоответствие заявленным тематическим направлениям являются основанием для недопуска к участию в региональном заказе.

45. По результатам балльной оценки Региональной комиссией объемы регионального заказа среди периодических печатных изданий и интернет-ресурсов по одному тематическому направлению распределяются одному и/или одновременно нескольким претендентам.

По результатам балльной оценки Региональной комиссией объемы регионального заказа среди теле-, радиоканалов по одному тематическому направлению распределяются одному претенденту.

Региональный заказ среди периодических печатных изданий и интернет-ресурсов распределяется между победителями одного тематического направления согласно балльной оценке в процентном отношении от набранных баллов каждого победителя.

46. Региональная комиссия не позднее трех рабочих дней с момента завершения оценки претендентов по результатам балльной оценки направляет на рассмотрение Республиканской комиссии заявки с приложением творческого предложения претендентов.

47. Республиканская комиссия рассматривает представленные документы и не позднее семи рабочих дней со дня получения направляет соответствующие рекомендации по заявкам и творческому предложению в соответствии с подпунктом 2) пункта 2 статьи 4-7 Закона.

48. По результатам рассмотрения заявок и получения рекомендаций Республиканской комиссии в срок не более пяти рабочих дней оформляется протокол итогов.

49. Протокол итогов подписывается на заседании Региональной комиссии председателем и присутствующими членами Региональной комиссии.

50. По итогам решения Региональной комиссии с победителями регионального заказа местный исполнительный орган заключает договор на проведение регионального заказа в течение десяти рабочих дней со дня подписания протокола итогов.

51. Региональный заказ признается неразмещенным по одному из следующих оснований:

- 1) отсутствие представленных заявок на участие в региональном заказе;
- 2) если к участию в региональном заказе не допущен ни один претендент.

52. В случае признания регионального заказа неразмещенным, местный исполнительный орган осуществляет повторное размещение республиканского заказа согласно пунктам 33-48 настоящих Правил.

Приложение 1 к Правилам
размещения государственного заказа
по
проведению государственной
информационной политики
на республиканском и
региональном уровнях
Форма

Информационное сообщение о проведении размещения заказа

_____ (полное наименование организатора) объявляет о проведении размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на _____ (наименование) уровне среди _____ (наименование субъекта).

Конверты с заявками на участие в заказе направляются по адресу _____ (указать полный адрес организатора), канцелярия _____ принимает до _____ часов _____ года.

Конверты с заявками на участие в заказе будут вскрываться в _____ (указать время и дату) по следующему адресу: _____ (указать полный адрес).

Претендент представляет заявку с перечнем документов организатору на _____ уровне в прошитом виде с пронумерованными страницами, и последняя страница заверяется его подписью и печатью (при ее наличии) в запечатанном конверте, скрепленном печатью (при ее наличии), не позволяющем просматривать содержание заявки до вскрытия, на лицевой стороне которого должны быть указаны полное наименование и почтовый адрес претендента, полное наименование и почтовый адрес организатора, наименование заказа, а также текст следующего содержания: "НА ЗАКАЗ (указать название заказа) СРЕДИ (указать название субъекта)" и "НЕ ВСКРЫВАТЬ ДО: (указать дату и время вскрытия заявок на участие в заказе)".

Заявки, направленные после истечения срока приема, указанного в информационном сообщении, не принимаются на рассмотрение комиссии.

Документы, направленные на участие в заказе без заявки, не рассматриваются.

В соответствии с пунктами 8 и 34 Правил для участия необходимо подать заявку в соответствии с приложением 2 к Правилам размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях. К заявке необходимо приложить перечень документов согласно приложению 3 и 5 к Правилам размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях.

Приложение 2 к Правилам
размещения государственного заказа
по
проведению государственной
информационной политики
на республиканском и
региональном уровнях
Форма

Заявка на участие в заказе по _____

1. Полное наименование (для юридических лиц) \фамилия, имя, отчество (при его наличии) (для физическ лиц): _____;
_____;
2. Место нахождения: _____;
_____;
3. Номер телефона (факса): _____;
_____;
4. Наименование средства массовой информации (периодическое печатное издание,

теле-, радиоканал, интернет-ресурс): _____

_____.

5. Копия свидетельства о постановке на учет средства массовой информации:
(для периодических печатных изданий, теле-, радиоканалов, интернет-ресурсов):

_____.

6. Копия свидетельства о постановке на регистрационный учет по налогу на добавленную стоимость (в случае если претендент является плательщиком налога на добавленную стоимость).

7. Наименование тематического направления, на которое подана заявка

_____.

фамилия, имя, отчество (при его наличии)

подпись

место для печати (при ее наличии)

" ____ " _____ 20__ года

Приложение 3 к Правилам
размещения государственного заказа
по
проведению государственной
информационной политики
на республиканском и
региональном уровнях

Перечень документов на участие в республиканском заказе

1. Для телеканалов к заявке прилагаются:

1) подтверждающее письмо национального оператора Республики Казахстан в области телерадиовещания об организации вещания телеканала на территории Республики Казахстан посредством аналогового эфирного и/или цифрового эфирного телерадиовещания;

2) справка об отсутствии просроченной задолженности национальному оператору Республики Казахстан в области телерадиовещания за распространение телеканала по сети аналогового эфирного и/или цифрового эфирного телерадиовещания, длящейся более одного месяца, предшествующего дате выдачи справки национальным оператором Республики Казахстан в области телерадиовещания;

3) портфолио по произведенной аудиовизуальной продукции в виде презентации на бумажном носителе;

4) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) подтверждающее письмо (с процентным соотношением и перечнем собственной продукции) об еженедельном объеме вещания контента собственного производства (за последние два квартала), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) подтверждающее письмо от независимой компании, проводящей телеизмерения по рейтингу собственной аудиовизуальной продукции телеканала по жанрам, предусмотренной балльной оценкой согласно приложению 4 к настоящим Правилам;

7) справка о наличии не менее двух аккаунтов в разных социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

8) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям и краткую информацию о проекте и синопсис. Краткая информация о проекте – информация, включающая в себя тему, посыл, жанр, хронометраж, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

2. Для радиоканалов к заявке прилагаются:

1) подтверждающее письмо национального оператора Республики Казахстан в области телерадиовещания об организации вещания радиоканала на территории Республики Казахстан посредством аналогового эфирного телерадиовещания;

2) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) справка о наличии не менее двух аккаунтов в разных социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) портфолио по произведенной аудио продукции в виде презентации на бумажном носителе;

5) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям и краткую информацию о проекте и синопсис. Краткая информация о проекте – информация, включающая в себя тему, посыл, жанр, хронометраж, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

3. Для периодических печатных изданий к заявке прилагаются:

1) справка с типографии о количестве выпущенного тиража за последний месяц с указанием тиража каждого номера;

2) справка о периодичности выпуска периодического печатного издания за последний месяц, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) документ, подтверждающий наличие интернет-ресурса газеты, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) справка о наличии газетой не менее двух аккаунтов в разных социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-ресурса журнала, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) справка о наличии либо отсутствии журналом аккаунтов в разных социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

7) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или

журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

8) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, описывающий способы публикаций, разножанровость, в том числе актуальные формы и способы подачи информации, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

4. Для интернет-ресурсов к заявке прилагаются:

1) подтверждающий документ о количестве уникальных пользователей за последний месяц со специального веб-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

2) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие мобильного приложения интернет-ресурса со специального веб-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) справка о наличии либо отсутствии произведенной видеопродукции за последний год с указанием ссылки о ее размещении на собственном интернет-ресурсе, с приложением произведенной видеопродукции на сменном носителе (флеш-карты, CD, DVD и HDD диски), которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) справка о наличии не менее двух аккаунтов в разных социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, описывающий способы публикаций, разножанровость, в том числе актуальные формы и способы подачи информации, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

по
проведению государственной
информационной политики
на республиканском и
региональном уровнях

**Балльная оценка для определения телеканалов на оказание государственного заказа
по проведению государственной информационной политики на республиканском
уровне**

Таблица 1

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Охват вещания телеканала на территории Республики Казахстан посредством аналогового эфирного и/или цифрового эфирного телерадиовещания	от 1% до 20% вещания - 1
		от 21% до 40% вещания - 2
		от 41% до 60% вещания - 3
		от 61% до 80% вещания - 4
		от 81% вещания и выше - 5
2	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 10-ти человек - 1
		от 11 до 20-ти человек - 2
		от 21 до 30-ти человек - 3
		от 31 до 40 человек - 4
		от 41 человека и выше - 5
3	Еженедельный объем вещания контента собственного производства	от 1% до 20% - 1
		от 21% до 30% - 2
		от 31% до 40% - 3
		от 41% до 50% - 4
		от 51% и выше - 5
4	Рейтинг собственной аудиовизуальной продукции телеканала (по жанру)	Художественные программы <0,10 - 1 0,10 – 0,24 – 2 ≥ 0,25 – 3
		Развлекательные программы <0,11 - 1 0,11-0,39 – 2 ≥0,40 – 3
		Информационные программы <0,15 - 1 0,15-0,49 - 2 ≥0,50 – 3
		Социально-политические программы <0,02 - 1 0,02-0,11 – 2 ≥ 0,12 - 3
		Гуманитарные и познавательные программы <0,5 – 1 ≥ 0,5 - 2

5	Произведенная аудиовизуальная продукция	Телесериалы	от 1 до 3 – 1 от 4 и выше - 2
		Документальные фильмы	от 1 до 3 - 1 от 4 и выше - 2
		Программы	от 1 до 3 – 1 от 4 и выше - 2
		Видеоролики	от 1 до 10 – 1 от 11 и выше - 2
6	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 100 000 подписчиков - 1	
		от 100 001 до 300 000 подписчиков - 2	
		от 300 001 до 800 000 подписчиков - 3	
		от 800 001 до 1 000 000 подписчиков – 4	
		от 1 000 001 подписчиков и выше - 5	
7	Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудиовизуальной продукции?	плохо - 0 не удовлетворительно - 1 удовлетворительно – 2 хорошо - 3 отлично - 4	

Примечание:

В пункте 1 в случае наличия различного охвата вещания телеканала на территории Республики Казахстан посредством аналогового эфирного и/или цифрового эфирного телерадиовещания, в расчет берется наибольший из них.

В пункте 3 в случае наличия различного еженедельного объема вещания контента собственного производства в расчет берется среднее арифметическое значение за последние два квартала.

В пункте 4 рейтинг собственной аудиовизуальной продукции телеканала (по жанру) по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии рейтинга собственной аудиовизуальной продукции телеканала (по жанру) по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 4 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

В пункте 5 произведенная аудиовизуальная продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии произведенной аудиовизуальной продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 5 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

В пункте 6 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

Балльная оценка для определения радиоканалов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне

Таблица 2

№	Критерий	Оценка	
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию			
1	Охват вещания радиоканала на территории Республики Казахстан посредством аналогового эфирного вещания	от 1% до 10 % вещания - 1	
		от 11% до 15 % вещания - 2	
		от 16% до 30% вещания - 3	
		от 31% до 40% вещания - 4	
		от 41% вещания и выше - 5	
2	Интернет-ресурс радиоканала	нет - 0	
		есть - 1	
3	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 1 000 подписчиков - 1	
		от 1 001 до 3 000 подписчиков - 2	
		от 3 001 до 8 000 подписчиков - 3	
		от 8 001 до 10 000 подписчиков – 4	
		от 10 001 подписчиков и выше - 5	
4	Произведенная аудио продукция	Радиопрограммы	от 1 до 3 – 1 от 4 до 6 – 2 от 7 до 9 – 3 от 10 и выше - 4
		Аудиоджинглы	от 1 до 3 – 1 от 4 до 6 – 2 от 7 до 9 – 3 от 10 и выше - 4
5	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 10 человек - 1	
		от 11 до 15 человек – 2	
		от 16 до 20 человек – 3	
		от 21 до 30 человек – 4	
		от 31 человек и выше – 5	
6	Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудио продукции?	плохо - 0	
		не удовлетворительно - 1	
		удовлетворительно – 2	
		хорошо - 3	
		отлично - 4	

Примечание:

В пункте 3 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 4 произведенная аудио продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии произведенной аудио продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 4 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

Балльная оценка для определения периодических печатных изданий на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне

Таблица 3

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Тираж газеты	от 1 000 до 3 000 экземпляров - 1
		от 3 001 до 10 000 экземпляров - 2
		от 10 001 до 20 000 экземпляров - 3
		от 20 001 до 30 000 экземпляров – 4
		от 30 001 и выше экземпляров - 5
2	Количество подписчиков аккаунта социальной сети газеты	от 1 до 5 000 подписчиков - 1
		от 5 001 до 10 000 подписчиков - 2
		от 10 001 до 15 000 подписчиков - 3
		от 15 001 до 20 000 подписчиков – 4
		от 20 001 подписчиков и выше - 5
3	Периодичность выпуска газеты	1 раз в неделю - 1
		2 раза в неделю - 2
		3 раза в неделю - 3
		4 раза в неделю - 4
		5 и более раз в неделю - 5
4	Тираж журнала	от 100 до 2 000 экземпляров - 1
		от 2 001 до 3 000 экземпляров - 2
		от 3 001 до 4 000 экземпляров - 3
		от 4 001 до 5 000 экземпляров – 4
		от 5 001 экземпляров и выше - 5
5	Интернет-ресурс журнала	нет - 0
		есть - 1
6	Количество подписчиков аккаунта социальной сети журнала	нет социальных сетей - 0
		от 1 до 300 подписчиков - 1
		от 301 до 500 подписчиков - 2
		от 501 до 1000 подписчиков - 3
		от 1 001 подписчиков и выше – 4
7	Периодичность выпуска журнала	1 раз в квартал - 1
		1 раз в 2 месяца - 2
		1 раз в месяц - 3

		2 раза в месяц - 4
		3 раза в месяц - 5
8	Срок постановки на учет или переучет периодического печатного издания	от 1 до 3 лет – 1
		от 4 до 6 лет – 2
		от 7 до 9 лет – 3
		от 10 до 12 - 4
		от 13 лет и выше - 5
9*	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 3 человек - 1
		от 4 до 6 человек - 2
		от 7 до 9 человек - 3
		от 10 до 12 человек - 4
		от 13 человек и выше - 5
10*	Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?	плохо - 0
		не удовлетворительно - 1
		удовлетворительно – 2
		хорошо – 3
		отлично - 4

Примечание:

* применимо для газет и журналов;

В пункте 1 и 4 в случае наличия различного количества тиража периодического печатного издания в расчет берется наименьший из них.

В пункте 2 и 6 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 8 в случае переучета периодического печатного издания в расчет берется дата первоначальной постановки на учет.

Балльная оценка для определения интернет-ресурсов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне

Таблица 4

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Количество посетителей уникальных пользователей)	от 1 до 500 000 в месяц - 1
		от 500 001 до 1 000 000 в месяц - 2
		от 1 000 001 до 2 000 000 в месяц - 3
		от 2 000 001 до 5 000 000 в месяц - 4
		от 5 000 001 и выше - 5
		нет - 0

2	Наличие либо отсутствие мобильного приложения	есть - 1
3	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 3 человек - 1
		от 4 до 6 человек - 2
		от 7 до 9 человек - 3
		от 10 до 12 человек - 4
		от 13 человек и выше - 5
4	Техническая возможность производства видеопродукции	нет - 0
		есть - 1
5	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 50 000 подписчиков – 1
		от 50 001 до 100 000 подписчиков – 2
		от 100 001 до 200 000 подписчиков – 3
		от 200 001 до 500 000 подписчиков – 4
		от 500 001 подписчиков и выше – 5
6	Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?	плохо - 0
		не удовлетворительно - 1
		удовлетворительно – 2
		хорошо - 3 отлично - 4

Примечание:

В пункте 5 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

Приложение 5 к Правилам
размещения государственного заказа
по
проведению государственной
информационной политики
на республиканском и
региональном уровнях

Перечень документов на участие в региональном заказе

1. Для телеканалов к заявке прилагаются:

1) подтверждающее письмо национального оператора Республики Казахстан в области телерадиовещания об организации вещания телеканала на территории областей, городов республиканского значения, столицы посредством аналогового эфирного и/или цифрового эфирного телерадиовещания и/или операторов телерадиовещания;

2) портфолио по произведенной аудиовизуальной продукции в виде презентации на бумажном носителе;

3) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) подтверждающее письмо (с процентным соотношением и перечнем собственной продукции) об еженедельном объеме вещания контента собственного производства (за последние два квартала), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) справка о наличии не менее одного аккаунта в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

7) подтверждающее письмо (с процентным соотношением и перечнем продукции) об ежедневном объеме регионального контента (за последний месяц), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии), региональным контентом является освещение деятельности административно-территориальной единицы, где была подана заявка;

8) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям и краткую информацию о проекте и синопсис. Краткая информация о проекте – информация, включающая в себя тему, посыл, жанр, хронометраж, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

2. Для радиоканалов к заявке прилагаются:

1) подтверждающее письмо национального оператора Республики Казахстан в области телерадиовещания об организации вещания радиоканала на территории областей, городов республиканского значения, столицы посредством аналогового эфирного телерадиовещания;

2) в случае отсутствия договора с национальным оператором Республики Казахстан в области телерадиовещания подтверждающий документ от претендента об использовании присвоенных частот, которое удостоверяется

подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) справка о наличии не менее одного аккаунта в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) портфолио по произведенной аудио продукции в виде презентации на бумажном носителе;

6) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

7) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям и краткую информацию о проекте и синопсис. Краткая информация о проекте – информация, включающая в себя тему, посыл, жанр, хронометраж, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

3. Для периодических печатных изданий к заявке прилагаются:

1) справка с типографии о количестве выпущенного тиража за последний месяц с указанием тиража каждого номера;

2) справка о периодичности выпуска периодического печатного издания за последний месяц, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) справка о наличии газетой не менее одного аккаунта в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-ресурса периодического печатного издания, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) справка о наличии либо отсутствии журналом аккаунтов в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

7) подтверждающее письмо (с процентным соотношением и экземплярами каждого выпуска номеров газет) об объеме регионального контента в выпускаемой продукции газет (за последний месяц), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии), региональным контентом является освещение деятельности административно-территориальной единицы, где была подана заявка;

8) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, описывающий способы публикаций, разножанровость, в том числе актуальные формы и способы подачи информации, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

4. Для интернет-ресурсов к заявке прилагаются:

1) подтверждающий документ о количестве уникальных пользователей за последний месяц со специального веб-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

2) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие мобильного приложения интернет-ресурса со специального веб-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) справка о наличии либо отсутствии произведенной видеопродукции за последний год с указанием ссылки о ее размещении на собственном интернет-ресурсе, с приложением произведенной видеопродукции на сменном носителе (флеш-карты, CD, DVD и HDD диски), которая удостоверяется

подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) справка о наличии не менее двух аккаунтов в разных социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, описывающий способы публикаций, разножанровость, в том числе актуальные формы и способы подачи информации, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

Приложение 6 к Правилам
размещения государственного заказа
по
проведению государственной
информационной политики
на республиканском и
региональном уровнях

Балльная оценка для определения телеканалов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для областей

Таблица 1

№	Критерий	Оценка	
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию			
1	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 10-ти человек - 1	
		от 11 до 20-ти человек - 2	
		от 21 до 30-ти человек - 3	
		от 31 до 40 человек - 4	
		от 41 человек и выше - 5	
2	Еженедельный объем вещания контента собственного производства	от 1% до 20% - 1	
		от 21% до 30% - 2	
		от 31% до 40% - 3	
		от 41% до 50% - 4	
		от 51% и выше - 5	
	Произведенная	Телесериалы	от 1 до 3 – 1 от 4 и выше - 2
		Документальные фильмы	от 1 до 3 - 1 от 4 и выше - 2
		Программы	от 1 до 3 – 1 от 4 и выше - 2

3	аудиовизуальная продукция	Видеоролики	от 1 до 10 – 1 от 11 и выше - 2
4	Интернет-ресурс телеканала	нет - 0 есть - 1	
5	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 10 000 подписчиков - 1 от 10 001 до 20 000 подписчиков - 2 от 20 001 до 30 000 подписчиков - 3 от 30 001 до 40 000 подписчиков – 4 от 40 001 до 50 000 подписчиков - 6 от 50 001 до 60 000 подписчиков - 7 от 60 001 до 70 000 подписчиков – 8 от 70 001 до 80 000 подписчиков – 9 от 80 001 подписчиков и выше - 10	
6	Ежедневный объем регионального контента	от 1% до 20% - 1 от 21% до 30% - 2 от 31% до 40% - 3 от 41% до 50% - 4 от 51% и выше - 5	
7	Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудиовизуальной продукции?	плохо - 0 не удовлетворительно - 1 удовлетворительно – 2 хорошо - 3 отлично - 4	

Примечание:

В пункте 2 в случае наличия различного еженедельного объема вещания контента собственного производства в расчет берется среднее арифметическое значение за последние два квартала.

В пункте 3 произведенная аудиовизуальная продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии опыта произведенной аудиовизуальной продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 3 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

В пункте 5 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 6 в случае наличия различного ежедневного объема регионального контента в расчет берется среднее арифметическое значение за последний месяц.

Балльная оценка для определения радиоканалов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для областей

Таблица 2

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Охват вещания радиоканала на территории областей посредством аналогового эфирного вещания	от 1% до 10 % радиовещания - 1
		от 11% до 15 % радиовещания - 2
		от 16% до 30% вещания - 3
		от 31% до 40% вещания - 4
		от 41% вещания и выше - 5
2	Интернет-ресурс радиоканала	нет - 0
		есть - 1
3	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 500 подписчиков - 1
		от 501 до 1 000 подписчиков - 2
		от 1 001 до 1 500 подписчиков - 3
		от 1 501 до 2 000 подписчиков - 4
		от 2 001 до 2 500 подписчиков - 5
		от 2 501 до 3 000 подписчиков - 6
		от 3 001 до 3 500 подписчиков - 7
		от 3 501 до 4 000 подписчиков - 8
		от 4 001 до 4 500 подписчиков - 9
		от 4 501 подписчиков и выше - 10
4	Произведенная аудио продукция	Радиопрограммы
		от 1 до 3 – 1 от 4 до 6 – 2 от 7 до 9 – 3 от 10 и выше - 4
		Аудиоджинглы
		от 1 до 3 – 1 от 4 до 6 – 2 от 7 до 9 – 3 от 10 и выше - 4
5	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 10 человек - 1
		от 11 до 15 человек – 2
		от 16 до 20 человек – 3
		от 21 до 30 человек – 4
		от 31 человек и выше – 5
6	Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудио продукции?	плохо - 0
		не удовлетворительно - 1
		удовлетворительно – 2
		хорошо - 3
		отлично - 4

Примечание:

В пункте 3 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 4 произведенная аудио продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии произведенной аудио продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 4 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

Балльная оценка для определения периодических печатных изданий на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для областей

Таблица 3

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Совокупный недельный тираж газеты	от 100 до 1000 экземпляров - 1
		от 1 001 до 2 000 экземпляров - 2
		от 2 001 до 3 000 экземпляров - 3
		от 3 001 до 4 000 экземпляров - 4
		от 4 001 до 5 000 экземпляров - 5
		от 5 001 до 6 000 экземпляров - 6
		от 6 001 до 7 000 экземпляров - 7
		от 8 001 до 9 000 экземпляров - 8
		от 9 001 до 10 000 экземпляров - 9
		от 10 001 и выше экземпляров - 10
2	Количество подписчиков аккаунта социальной сети газеты	от 1 до 1 000 подписчиков - 1
		от 1 001 до 5 000 подписчиков - 2
		от 5 001 до 10 000 подписчиков - 3
		от 10 001 до 20 000 подписчиков - 4
		от 20 001 до 25 000 подписчиков - 5
		от 25 001 до 30 000 подписчиков - 6
		от 30 001 до 40 000 подписчиков - 7
		от 40 001 до 50 000 подписчиков - 8
		от 50 001 до 60 000 подписчиков - 9
		от 60 001 подписчиков и выше - 10
3	Периодичность выпуска газеты	2 раза в месяц - 1
		1 раз в неделю - 2
		2 раза в неделю - 3

		3 раза в неделю - 4
		4 и более раз в неделю - 5
4	Совокупный недельный тираж журнала	от 100 до 500 экземпляров - 1
		от 501 до 1 000 экземпляров - 2
		от 1 001 до 5 000 экземпляров - 3
		от 5 001 до 10 000 экземпляров – 4
		от 10 001 экземпляров и выше - 5
5	Интернет-ресурс периодического печатного издания	нет - 0
		есть - 1
6	Количество подписчиков аккаунта социальной сети журнала	нет социальных сетей - 0
		от 1 до 300 подписчиков - 1
		от 301 до 500 подписчиков - 2
		от 501 до 1 000 подписчиков - 3
		от 1 001 подписчиков и выше – 4
7	Периодичность выпуска журнала	1 раз в квартал - 1
		1 раз в 2 месяца - 2
		1 раз в месяц - 3
		2 раза в месяц - 4
		3 раза в месяц - 5
8	Срок постановки на учет или переучет периодического печатного издания	от 1 до 3 лет – 1
		от 4 до 6 лет – 2
		от 7 до 9 лет – 3
		от 10 до 12 - 4
		от 13 лет и выше - 5
9*	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 3 человек - 1
		от 4 до 6 человек - 2
		от 7 до 9 человек - 3
		от 10 до 12 человек - 4
		от 13 человек и выше - 5
10	Объем регионального контента в выпускаемой продукции газет	от 1% до 20% - 1
		от 21% до 30% - 2
		от 31% до 40% - 3
		от 41% до 50% - 4
		от 51% и выше - 5
11*	Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?	плохо - 0
		не удовлетворительно - 1
		удовлетворительно – 2
		хорошо – 3
		отлично - 4

Примечание:

* применимо для газет и журналов;

В пункте 1 и 4 в случае наличия различного количества совокупного недельного тиража периодического печатного издания в течение одного месяца, в расчет берется наибольший из них;

В пункте 2 и 6 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 8 в случае переучета периодического печатного издания в расчет берется дата первоначальной постановки на учет.

В пункте 10 в случае наличия различного объема регионального контента в выпускаемой продукции газет в расчет берется среднее арифметическое значение за последний месяц.

Балльная оценка для определения интернет-ресурсов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для областей

Таблица 4

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Количество посетителей (уникальных пользователей)	от 1 до 80 000 в месяц - 1
		от 80 001 до 160 000 в месяц - 2
		от 160 001 до 240 000 в месяц - 3
		от 240 001 до 320 000 в месяц - 4
		от 320 001 и выше - 5
2	Наличие либо отсутствие мобильного приложения	нет - 0
		есть - 1
3	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 3 человек - 1
		от 4 до 6 человек - 2
		от 7 до 9 человек - 3
		от 10 до 12 человек - 4
		от 13 человек и выше - 5
4	Техническая возможность производства видеопроодукции	нет - 0
		есть - 1
5	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 30 000 подписчиков – 1
		от 30 001 до 60 000 подписчиков – 2
		от 60 001 до 90 000 подписчиков – 3
		от 90 001 до 120 000 подписчиков – 4
		от 120 001 подписчиков и выше – 5
		плохо - 0

6	Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?	не удовлетворительно - 1 удовлетворительно – 2 хорошо - 3 отлично - 4
---	---	--

Примечание:

В пункте 5 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

Приложение 7 к Правилам
размещения государственного заказа
по
проведению государственной
информационной политики
на республиканском и
региональном уровнях

Балльная оценка для определения телеканалов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для городов республиканского значения, столицы

Таблица 1

№	Критерий	Оценка	
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию			
1	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 10-ти человек - 1	
		от 11 до 20-ти человек - 2	
		от 21 до 30-ти человек - 3	
		от 31 до 40 человек - 4	
		от 41 человек и выше - 5	
2	Еженедельный объем вещания контента собственного производства	от 1% до 20% - 1	
		от 21% до 30% - 2	
		от 31% до 40% - 3	
		от 41% до 50% - 4	
		от 51% и выше - 5	
3	Произведенная аудиовизуальная продукция	Телесериалы	от 1 до 3 – 1 от 4 и выше - 2
		Документальные фильмы	от 1 до 3 - 1 от 4 и выше - 2
		Программы	от 1 до 3 – 1 от 4 и выше - 2
		Видеоролики	от 1 до 10 – 1 от 11 и выше - 2
4	Интернет-ресурс телеканала	нет - 0	
		есть - 1	
		от 1 до 100 000 подписчиков - 1	

5	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 100 001 до 300 000 подписчиков - 2
		от 300 001 до 800 000 подписчиков - 3
		от 800 001 до 1 000 000 подписчиков – 4
		от 1 000 001 подписчиков и выше - 5
6	Ежедневный объем регионального контента	от 1% до 20% - 1
		от 21% до 30% - 2
		от 31% до 40% - 3
		от 41% до 50% - 4
		от 51% и выше - 5
7	Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудиовизуальной продукции?	плохо - 0
		не удовлетворительно - 1
		удовлетворительно – 2
		хорошо - 3
		отлично - 4

Примечание:

В пункте 2 в случае наличия различного еженедельного объема вещания контента собственного производства в расчет берется среднее арифметическое значение за последние два квартала.

В пункте 3 произведенная аудиовизуальная продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии опыта произведенной аудиовизуальной продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 3 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

В пункте 5 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 6 в случае наличия различного ежедневного объема регионального контента в расчет берется среднее арифметическое значение за последний месяц.

Балльная оценка для определения радиоканалов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для городов республиканского значения, столицы

Таблица 2

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Охват вещания радиоканала на территории городов республиканского значения, столицы посредством аналогового эфирного вещания	от 1% до 10 % радиовещания - 1
		от 11% до 15 % радиовещания - 2
		от 16% до 30% вещания - 3
		от 31% до 40% вещания - 4
		от 41% вещания и выше - 5

2	Интернет-ресурс радиоканала	нет - 0	
		есть - 1	
3	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 1 000 подписчиков - 1	
		от 1 001 до 3 000 подписчиков - 2	
		от 3 001 до 8 000 подписчиков - 3	
		от 8 001 до 10 000 подписчиков - 4	
		от 10 001 подписчиков и выше - 5	
4	Произведенная аудио продукция	Радиопрограммы	от 1 до 3 – 1
			от 4 до 6 – 2
			от 7 до 9 – 3
			от 10 и выше - 4
		Аудиоджинглы	от 1 до 3 – 1
			от 4 до 6 – 2
			от 7 до 9 – 3
			от 10 и выше - 4
5	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 10 человек - 1	
		от 11 до 15 человек – 2	
		от 16 до 20 человек – 3	
		от 21 до 30 человек – 4	
		от 31 человек и выше – 5	
6	Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудио продукции?	плохо - 0	
		не удовлетворительно - 1	
		удовлетворительно – 2	
		хорошо - 3	
		отлично - 4	

Примечание:

В пункте 3 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 4 произведенная аудио продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии произведенной аудио продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 4 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

Балльная оценка для определения периодических печатных изданий на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для городов республиканского значения, столицы

Таблица 3

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
		от 1 000 до 3 000 экземпляров - 1
		от 3 001 до 10 000 экземпляров - 2

1	Совокупный недельный тираж газеты	от 10 001 до 20 000 экземпляров - 3
		от 20 001 до 30 000 экземпляров – 4
		от 30 001 и выше экземпляров - 5
2	Количество подписчиков аккаунта социальной сети газеты	от 1 до 5 000 подписчиков - 1
		от 5 001 до 10 000 подписчиков - 2
		от 10 001 до 15 000 подписчиков - 3
		от 15 001 до 20 000 подписчиков – 4
		от 20 001 подписчиков и выше - 5
3	Периодичность выпуска газеты	1 раз в неделю - 1
		2 раза в неделю - 2
		3 раза в неделю - 3
		4 раза в неделю - 4
		5 и более раз в неделю - 5
4	Совокупный недельный тираж журнала	от 100 до 2 000 экземпляров - 1
		от 2 001 до 3 000 экземпляров - 2
		от 3 001 до 4 000 экземпляров - 3
		от 4 001 до 5 000 экземпляров – 4
		от 5 001 экземпляров и выше - 5
5	Интернет-ресурс периодического печатного издания	нет - 0
		есть - 1
6	Количество подписчиков аккаунта социальной сети журнала	нет социальных сетей - 0
		от 1 до 300 подписчиков - 1
		от 301 до 500 подписчиков - 2
		от 501 до 1 000 подписчиков - 3
		от 1 001 подписчиков и выше – 4
7	Периодичность выпуска журнала	1 раз в квартал - 1
		1 раз в 2 месяца - 2
		1 раз в месяц - 3
		2 раза в месяц - 4
		3 раза в месяц - 5
8	Срок постановки на учет или переучет периодического печатного издания	от 1 до 3 лет – 1
		от 4 до 6 лет – 2
		от 7 до 9 лет – 3
		от 10 до 12 - 4
		от 13 лет и выше - 5
9*	Количественный состав сотрудников технического,	от 1 до 3 человек - 1
		от 4 до 6 человек - 2
		от 7 до 9 человек - 3

	творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 10 до 12 человек - 4 от 13 человек и выше - 5
10	Объем регионального контента в выпускаемой продукции газет	от 1% до 20% - 1 от 21% до 30% - 2 от 31% до 40% - 3 от 41% до 50% - 4 от 51% и выше - 5
11*	Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?	плохо - 0 не удовлетворительно - 1 удовлетворительно – 2 хорошо – 3 отлично - 4

Примечание:

* применимо для газет и журналов;

В пункте 1 и 4 в случае наличия различного количества совокупного недельного тиража периодического печатного издания в течение одного месяца, в расчет берется наибольший из них;

В пункте 2 и 6 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.

В пункте 8 в случае переучета периодического печатного издания в расчет берется дата первоначальной постановки на учет.

В пункте 10 в случае наличия различного объема регионального контента в выпускаемой продукции газет в расчет берется среднее арифметическое значение за последний месяц.

Балльная оценка для определения интернет-ресурсов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для городов республиканского значения, столицы

Таблица 4

№	Критерий	Оценка
1. Аспекты, характеризующие производственную компанию		
1	Количество посетителей уникальных пользователей)	от 1 до 500 000 в месяц - 1 от 500 001 до 1 000 000 в месяц - 2 от 1 000 001 до 2 000 000 в месяц - 3 от 2 000 001 до 5 000 000 в месяц - 4 от 5 000 001 и выше - 5
2	Наличие либо отсутствие мобильного приложения	нет - 0 есть - 1

3	Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)	от 1 до 3 человек - 1
		от 4 до 6 человек - 2
		от 7 до 9 человек - 3
		от 10 до 12 человек - 4
		от 13 человек и выше - 5
4	Техническая возможность производства видеопродукции	нет - 0
		есть - 1
5	Количество подписчиков аккаунта социальной сети	от 1 до 50 000 подписчиков – 1
		от 50 001 до 100 000 подписчиков – 2
		от 100 001 до 200 000 подписчиков – 3
		от 200 001 до 500 000 подписчиков – 4
		от 500 001 подписчиков и выше – 5
6	Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?	плохо - 0
		не удовлетворительно - 1
		удовлетворительно – 2
		хорошо - 3
		отлично - 4

Примечание:

В пункте 5 в случае наличия различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет берется наибольший из них.