שם הטופס: חוות דעת מקצועית במסגרת כוונה להתקשר עם ספק יחיד/ספק חוץ

פרק ראשי: התקשרויות ורכישות	מספר הוראה: 7.8.2
פרק משני: פטור ממכרז	מספר טופס: ט. 7.8.2.1

אל: ועדת המכרזים

משרד:	ראש הממשלה
יחידה מזמינה:	מטה ההסברה הלאומי
תאריך:	6-12-11

הנדון: <u>חוות דעת מקצועית במסגרת כוונה להתקשר עם ספק יחיד/ ספק חוץ</u>

הבקשה מסתמכת על תקנה ❒ 3(29) / ❒ 3(31) (סמן את התקנה המתאימה) לתקנות חובת מכרזים ועל הוראות תכ"ם מס' 7.8.1 ו-7.8.2.

תיאור מהות ההתקשרות (רקע ופירוט התכונות של הטובין/השירות/העבודה)
פרסום מודעות ממומנות המקדמות תכני הסברה מדיניים בטחוניים וכלליים של מערך ההסברה הלאומי ושל ראש הממשלה באמצעות הרשת החברתית פייסבוק .

האם קיים בנושא זה מכרז מרכזי של החשב הכללי או גורם ממשלתי מוסמך אחר? ❒ כן X ❒ לא

סוג ההתקשרות: (סמן X במקום המתאים)

❒ טובין ❒X שירותים ❒ ביצוע עבודה

שם הספק:	FACEBOOK.COM	
מספר הספק (ח.פ/ח.צ/ע.מ/מספר עמותה)		
ספק זה הנו:	❒X ספק יחיד	❒ ספק חוץ
אומדן / שווי ההתקשרות:	900 אש"ח	
תקופת ההתקשרות:	שנת העבודה 2012	

נימוקים כי הספק הוא ספק יחיד או כי הטובין הם טובי חוץ
(במקרה הצורך ניתן לצרף עמודים נוספים וכל מסמך רלוונטי נוסף)
מצ"ב מסמך

נא להתייחס לסעיפים הבאים:

1. האמצעים שבהם נערכו בדיקות לאיתור ספקים נוספים והכנת חוות דעת כולל פירוט מקורות מידע ופעולות שננקטו (לדוגמה חיפוש באינטרנט, התכתבות עם ספקים, פגישה או שיחה עם ספקים וכדומה).

2. ממצאי הבדיקה (אם ישנם ספקים נוספים בתחום ההתקשרות, יש לפרט את הסיבות לאי התאמתם לביצוע ההתקשרות עימם ואת הסיבות להיות הספק שלגביו נכתבה חוות הדעת ספק יחיד/ספק חוץ)

3. נימוקים והערות נוספות

הקדמה

בתחום מנועי החיפוש חברת גוגל מוכרת כחברה מובילה עם מנוע חיפוש פופולרי וייחודי אך היא איננה החברה הבלעדית הפועלת בתחום החיפוש. מנועי החיפוש בינג ויאהו או רבים אחרים נישתיים ופחות מוכרים מהווים אף הם שחקנים ומתחרים. כך גם בתחום הרשתות החברתיות מוכרת חברת פייסבוק כענק ייחודי שהפך לשם נרדף כמעט לתחום הרשתות החברתיות כולו. אולם גם לפייסבוק יש אלטרנטיבות או מתחרים נישתיים בתחום הרשתות החברתיות. אגב, גוגל ופייסבוק עצמן מצויות בתחרות אדירה על קשב הגולשים ועל האפשרות לספק להם מידע וקשרים איכותיים. תפיסת העולם של גוגל קשורה בצרכי הגולש המחפש מידע ושל פייסבוק באדם כיצור חברתי לשניהם מנגנון חיפוש ורשת חברתית אך כל אחת מהן מקדימה את רעותה בתחום התמחותה המקורי. גוגל בארגון המידע, פייסבוק בקשרים החברתיים. להלן נרחיב.

בדיקות שנערכו:

בחנו את סוגיית הפרסום הממומן בפייסבוק מול הגורמים המקצועיים במשרד החוץ ובלפ"מ. הנושא נמצא בחיתוליו. נועצנו בד"ר איתן אלירם מנהל תחום הניו מדיה והאינטרנט במטה ההסברה הלאומי ומצאנו שהדרך הטובה ביותר שהיא גם החסכונית ביותר, תהיה, שעובד משרד ראש הממשלה המיומן לכך ינהל את נושא המודעות הממומנות ישירות באתר פייסבוק . בדקנו מול החברות ויש למשרדי מימשל מובילים אפשרות כזאת. לשם בניית התשתית העובדתית הקשורה בהיקפים של פייסבוק ערכנו מחקר אינטרנט מקיף ובכלל זה בדוחות של חברות מדד מובילות כמו נילסן ומקינזי העולמיות. מצאנו כי לרשת חברתית זו ישנם מתחרים אך אלו נופלים בהרבה בכמעט כל פרמטר משמעותי עבור עבודתינו . מסקנתינו החד משמעית היא כי הפעילות ברשת החברתית פייסבוק דווקא תהיה בעלת ההשפעה המירבית על הפצת מסרי ההסברה של מערך ההסברה הלאומי, ראש הממשלה ומשרד ראש הממשלה. פירוט ראה בדו"ח נספח.

<u>מדוע איפוא אנו בוחרים בפייסבוק?</u>

1. **<u>בגלל יתרון הגודל</u>:** לרשת כ- 800 מליון משתמשים פעילים. החברה דיווחה כי באחד מימי השיא שלה פעלו בשרתי החברה חצי מילארד איש ביום אחד. לאף רשת חברתית אחרת אין סדרי גודל כאלו.

2. **<u>בגלל הרב מימדיות והמולטימודאליות</u>:** ניתן לשתף בה בטקסט, תמונות, קישורים, אפליקציות, וידאו צ׳ט, קבוצות דיון, ארועים ועוד. בהגדרה, המימשק שלה פתוח לקלוט אפליקציות שפותחו על ידי עשרות אלפי מפתחים חיצוניים. החברה מרחיבה תדיר את שירותיה.

3. **<u>בגלל יכולת הפילוח</u>:** מימשק הרשת זמין ב 70 שפות (בקרוב תשיק החברה שירות תרגום על הדף עצמו) 800 מליון המשתמשים יכולים לכתוב בכל שפה שיירצו. מערך הפרסום המקוון של פייסבוק מאפשר פילוח לפי גיל, מין, השכלה,אזור מגורים עד לרמת ישוב ורדיוסים שונים סביבו. אולם חשוב מכך ניתן לענין גולשים בתכנים ספציפיים על פי נושאי הענין שדיווחו שמענינים אותם.

4. **<u>בגלל הזמן שהיית הגולשים</u>:** דו״ח נילסן העולמי לשנת 2011 קובע כי משתמשי האינטרנט בארה״ב מבלים יותר זמן בפייסבוק מאשר בכל פלטפורמת אינטרנט אחרת ובהפרש זמנים ניכר. לדעת מחברי הדו״ח פייסבוק הפכה שם נרדף לא רק לרשת חברתית אלא גם לשימוש כללי באינטרנט היות והאמריקאים מבלים בה זמן יותר מכל אתר או פלטפורמה אחרת. זמן השהיה של כלל משתמשי האינטרנט בארה״ב ברשת פייסבוק משתווה לכל זמן השהייה הנמדד בגוגל, יאהו, יוטיוב, ובינג גם יחד .

5. **<u>בגלל הנגישות</u>:** פייסבוק זמינה גם במכשירים ניידים הן כאתר רגיל והן כאפליקצייה.

6. **<u>בגלל האטרקטיביות</u>:** בשל היותה מימשק פתוח מהווה פייסבוק אטרקציה למפתחי אפליקציות מכל הסוגים בכל השפות ובכל הנושאים. בשל היקיפה משתלם לפתח אפליקציות תוך מתן עדיפות להפצתן בפייסבוק כזירה הגדולה בעולם. מצב זה מעלה לאין ערוך את מוטיבציית הגולשים לשהות בה.

7. **<u>בגלל ההתאמה הסגנונית</u>:** מיספייס ממוקדת יות רונתפסת כקשורה בתכני מוזיקה. אורקוט נתפסת כרשת נישה. וגוגל + טרם הפכה מתחרה ממשית לפייסבוק.

לאור הנימוקים שמניתי לעיל אנו מבקשים לערוך ההתקשרות בהליך פטור ממכרז.

חוות דעתי זו ניתנת מתוקף היותי הסמכות המקצועית לנושא זה.

בכבוד רב,

שם בעל הסמכות המקצועית	תפקיד בעל הסמכות המקצועית	חתימה
ירדן ותיקאי	מנהל מטה ההסברה הלאומי במשרד ראש הממשלה	