ТРЕБОВАНИЯ К ПОДАЧЕ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

на оказание инжиниринговых услуг производственным субъектам малого и среднего предпринимательства Волгоградской области по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках

1. Форма предоставления коммерческого предложения:

п/п	Наименование услуги	Исполнитель, ИНН, ОГРН, контактные данные	Получатель	Стоимость, руб.	Срок исполнения, (Дней)	Техническое задание*
1.	Содействие в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках			00000		
Итого:				00000		

2. Коммерческие предложения предоставляются отдельно по каждому техническому заданию. В том случае, если данное требование не выполнено, то Организатор вправе не засчитывать поступившее коммерческое предложение.

3. К поданным коммерческим предложениям должно быть приложено письмо от потенциального исполнителя об отсутствии аффилированности с потенциальными получателями услуг на 2026 г. (свободная форма).

4. Подтверждение квалификации и опыта проведения работ в соответствии с Техническим заданием. Подтверждением опыта потенциального исполнителя по оказанию услуг (выполнению работ служат копии исполненных договоров (контрактов, соглашений), включая все листы, а также копии всех актов сдачи-приемки оказанных услуг (выполненных работ), подтверждающих их оказание (выполнение) в полном объеме в соответствии с условиями таких договоров (контрактов, соглашений).

Оглавление

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 1 3

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 2 9

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 3 16

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 1

на оказание услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках

1. Наименование услуг	Содействие в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках.
2. Заказчик	Автономная некоммерческая организация «Центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес», отдел – Центр инжиниринга Волгоградской области.
3. Срок оказания услуг	С даты подписания договора по 27 ноября 2026 г.
4. Место оказания услуг	Волгоградская область
5. Субъекты малого и среднего предпринимательства (Получатели услуг)	Получателями услуг являются юридические лица, а также физические лица (внесенные в ЕГРЮЛ, ЕГРИП) и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, в области промышленного и/или сельскохозяйственного производства, а также разработку и внедрение инновационной продукции, отнесенные в соответствии с действующим законодательством к субъектам малого и среднего предпринимательства (далее – субъекты МСП), зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие свою предпринимательскую деятельность на территории Волгоградской области, а так же внесены в единый реестр субъектов МСП (https://rmsp.nalog.ru/index.html). Получателем услуги является Общество с ограниченной ответственностью «ОТК» (ИНН 3444218558)
6. Объем услуг	В период действия договора исполнитель должен обеспечить предоставление услуги в следующем объеме: Подготовка аналитического отчета по рынку испытательных климатических камер (в соответствии с Приложением № 1 к Техническому заданию № 1), включающего: • аналитические комментарии; • таблицы с расчетами; • графики и диаграммы; • выводы по каждому разделу.
7. Общие требования к оказанию услуг	Исполнитель обязан: – выполнить объем работ в соответствии с индивидуальным техническим заданием (Приложение № 1 к настоящему Техническому заданию № 1); – добросовестно, качественно и своевременно оказывать услугу субъекту МСП.
8. Требования к квалификации исполнителя (непосредственных исполнителей), опыту оказания подобных услуг	– наличие опыта оказания услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках, подтвержденного исполненными договорами (контрактами) за последние 3 года; – наличие квалифицированных специалистов и (или) привлеченных экспертов, обладающих компетенциями в области содействия в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках; – отсутствие сведений о потенциальном исполнителе в реестре недобросовестных поставщиков, предусмотренном Федеральным законом от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», и в реестре недобросовестных поставщиков, предусмотренном Федеральным законом от 05 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
9. Порядок сдачи-приемки оказанных услуг	Исполнитель предоставляет отчет в срок не более 3 (трех) рабочих дней с даты окончания исполнения своих обязательств Исполнителем, в течение действия договора. В выставленном Исполнителем акте оказанных услуг за период действия договора указывается наименование, количество и стоимость услуги.

	В случае, если в ходе проверки отчетной информации, и/или услуги не подтверждены субъектом МСП или услуги предоставлены не в полном объеме, услуги не оплачиваются в объеме неподтвержденных или не оказанных услуг.
10. Требования к отчетной информации	Исполнитель предоставляет итоговую отчетность по исполнению договора не позднее 3-х рабочих дней с момента оказания услуги. **Итоговая отчетность** по оказанию услуги должна содержать: 1. Опросный лист с отметкой о качестве оказанной услуги (Приложение № 2 к настоящему Техническому заданию № 1). 2. Описательный отчет, который состоит из: – титульный лист, на котором указано наименование услуги по договору, номер договора, полное и сокращенное наименование Исполнителя, а также все реквизиты, контактный телефон и электронную почту Исполнителя, сроки реализации мероприятия по настоящему договору; – описание услуги, включая цели, задачи, сроки реализации, описание механизма оказания услуги, визуализация услуги, количественные и качественные показатели реализации; – итоговый отчет о проделанной работе предоставляется в письменной форме, в сброшюрованном виде (формат А4), а также в электронном виде в формате MS Word (для текстовых документов) и в формате MS Excel (для документов, содержащих большие массивы данных, таблицы), в формате презентаций на электронном носителе (USB флеш-карта, CD-диск и т.п.). Итоговый отчет должен включать в себя копии документов, материалов, подтверждающих выполнение объема услуги, предусмотренного п. 6 настоящего Технического задания № 1.

Приложение № 1 к Техническому заданию № 1

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
на оказание услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках
(подготовка аналитического отчета по рынку испытательных климатических камер)

1.Цель исследования

Подготовка аналитического отчета о состоянии и перспективах рынка испытательных климатических камер в Российской Федерации.

Результаты исследования должны позволить:
- оценить объем и структуру рынка;
- определить ключевых производителей и поставщиков;
- проанализировать импорт и ценовую ситуацию;
- оценить региональное распределение рынка;
- подготовить прогноз развития рынка.

2.География исследования

Основная территория исследования:
Российская Федерация

Дополнительно требуется:
- анализ по федеральным округам;
- при наличии статистики — анализ по регионам РФ.

3.Период исследования

Отчет должен включать:

Показатель	Требование
Исторический анализ	не менее 5 лет
Текущая оценка	текущий год
Прогноз	до 10 лет

4.Основные разделы исследования

4.1. Общая характеристика рынка

В разделе должны быть представлены:
- объем рынка климатических камер;
- динамика рынка за анализируемый период;
- основные тенденции развития;
- структура рынка.

Показатели должны быть представлены:
- в натуральном выражении (шт.);
- в стоимостном выражении (руб.).

4.2. Баланс рынка

Необходимо рассчитать показатели:
- объем производства;
- объем импорта;
- объем экспорта;
- объем потребления.

Баланс рынка должен рассчитываться по формуле:

Рынок = Производство + Импорт − Экспорт

4.3. Анализ производителей

Требуется определить основных производителей климатических камер.

Для ключевых компаний необходимо представить:
- название компании;
- местоположение;
- профиль деятельности;
- основные виды продукции;
- финансовые показатели (при наличии);
- сравнительный анализ компаний.

Желательно представить рейтинг производителей.

4.4. Анализ импорта

Необходимо провести анализ импорта климатических камер в Россию.

В разделе должны быть отражены:
- объем импорта (шт.);
- объем импорта (руб.);
- динамика импорта;
- структура импорта по странам;
- основные иностранные поставщики.

4.5. Ценовой анализ

Требуется провести анализ:
- средних рыночных цен;
- динамики цен;
- сравнения цен по производителям и поставщикам.

4.6. Региональная структура рынка

Необходимо представить:
- распределение рынка по федеральным округам;
- рейтинг регионов по объему потребления или поставок (при наличии данных).

4.7. Прогноз развития рынка

Необходимо подготовить прогноз развития рынка климатических камер на срок до 10 лет.

Прогноз должен включать несколько сценариев развития:

- базовый (инерционный);
- оптимистичный (инновационный);
- консервативный (негативный).

При построении прогноза должны учитываться:
- экономическая ситуация;
- развитие промышленности;
- импортозамещение;
- технологические факторы.

5.Требования к формату отчета

Итоговый отчет должен включать:
- аналитические комментарии;
- таблицы с расчетами;
- графики и диаграммы;
- выводы по каждому разделу.

Формат предоставления:
- PDF-отчет
- объем ориентировочно 50–100 страниц.

6.Источники информации

В исследовании должны использоваться:
- официальная государственная статистика;
- таможенная статистика;
- финансовая отчетность компаний;
- отраслевые базы данных;
- экспертные оценки.

Приложение № 2 к Техническому заданию № 1

ОПРОСНЫЙ ЛИСТ
оценки качества оказанной услуги

Наименование ООО, ИП

Благодарим Вас за обращение в АНО «Центр «МБ».
Просим Вас оценить качество оказанной услуги.

Насколько Вы удовлетворены качеством оказанной услуги?
Дайте оценку по 5-балльной шкале, где оценка означает, что Вы:
«1» - полностью не удовлетворены;
«2» - частично не удовлетворены;
«3» - частично удовлетворены;
«4» - удовлетворены;
«5» - полностью удовлетворены качеством оказанной услуги.

Наименование услуги	**Оценка от 1 до 5 баллов**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Содействие в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках					

_____ _____ _____
(руководитель юридического лица /индивидуальный предприниматель) **(подпись)** **(расшифровка подписи)**

«____» _____2026 г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 2

на оказание услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках

1. Наименование услуг	Содействие в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках.
2. Заказчик	Автономная некоммерческая организация «Центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес», отдел – Центр инжиниринга Волгоградской области.
3. Срок оказания услуг	С даты подписания договора по 27 ноября 2026 г.
4. Место оказания услуг	Волгоградская область
5. Субъекты малого и среднего предпринимательства (Получатели услуг)	Получателями услуг являются юридические лица, а также физические лица (внесенные в ЕГРЮЛ, ЕГРИП) и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, в области промышленного и/или сельскохозяйственного производства, а также разработку и внедрение инновационной продукции, отнесенные в соответствии с действующим законодательством к субъектам малого и среднего предпринимательства (далее – субъекты МСП), зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие свою предпринимательскую деятельность на территории Волгоградской области, а так же внесены в единый реестр субъектов МСП (https://rmsp.nalog.ru/index.html). Получателем услуги является Общество с ограниченной ответственностью «ИНГВАР» (ИНН 3454004675).
6. Объем услуг	В период действия договора исполнитель должен обеспечить предоставление услуги в следующем объеме: Проведение маркетингового исследования рынка спортивных шашек и смежных товаров для реабилитации и активного долголетия (в соответствии с Приложением № 1 к Техническому заданию № 2), включая: • анализ научных публикаций и клинических исследований; • анализ аналогов и прототипов в реабилитации; • анализ целевых сегментов рынка; • конкурентный анализ; • ценовая конъюнктура: • анализ статистики внешней торговли РФ по кодам ТН ВЭД за последние 3-5 лет: объемы экспорта/импорта, страны-контрагенты; • анализ "зеркальной" статистики (данные стран-импортеров) для верификации; • выявление потенциальных стран для экспорта, основываясь на развитии казачьей диаспоры, популярности исторических единоборств и наличии профильных федераций.
7. Общие требования к оказанию услуг	Исполнитель обязан: – выполнить объем работ в соответствии с индивидуальным техническим заданием (Приложение № 1 к настоящему Техническому заданию № 2); – добросовестно, качественно и своевременно оказывать услугу субъекту МСП.
8. Требования к квалификации исполнителя (непосредственных исполнителей), опыту оказания подобных услуг	– наличие опыта оказания услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках, подтвержденного исполненными договорами (контрактами) за последние 3 года; – наличие квалифицированных специалистов и (или) привлеченных экспертов, обладающих компетенциями в области содействия в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках; – отсутствие сведений о потенциальном исполнителе в реестре недобросовестных поставщиков, предусмотренном Федеральным законом от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», и в реестре недобросовестных поставщиков,

	предусмотренном Федеральным законом от 05 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
9. Порядок сдачи-приемки оказанных услуг	Исполнитель предоставляет отчет в срок не более 3 (трех) рабочих дней с даты окончания исполнения своих обязательств Исполнителем, в течение действия договора. В выставленном Исполнителем акте оказанных услуг за период действия договора указывается наименование, количество и стоимость услуги. В случае, если в ходе проверки отчетной информации, и/или услуги не подтверждены субъектом МСП или услуги предоставлены не в полном объеме, услуги не оплачиваются в объеме неподтвержденных или не оказанных услуг.
10. Требования к отчетной информации	Исполнитель предоставляет итоговую отчетность (по исполнению договора) не позднее 3-х рабочих дней с момента оказания услуги. **Итоговая отчетность** по оказанию услуги должна содержать: 1. Опросный лист с отметкой о качестве оказанной услуги (Приложение № 2 к настоящему Техническому заданию № 2). 2. Описательный отчет, который состоит из: – титульный лист, на котором указано наименование услуги по договору, номер договора, полное и сокращенное наименование Исполнителя, а также все реквизиты, контактный телефон и электронную почту Исполнителя, сроки реализации мероприятия по настоящему договору; – описание услуги, включая цели, задачи, сроки реализации, описание механизма оказания услуги, визуализация услуги, количественные и качественные показатели реализации; – итоговый отчет о проделанной работе предоставляется в письменной форме, в сброшюрованном виде (формат А4), а также в электронном виде в формате MS Word (для текстовых документов) и в формате MS Excel (для документов, содержащих большие массивы данных, таблицы), в формате презентаций на электронном носителе (USB флеш-карта, CD-диск и т.п.). Итоговый отчет должен включать в себя копии документов, материалов, подтверждающих выполнение объема услуги, предусмотренного п. 6 настоящего Технического задания № 2.

Приложение № 1 к Техническому заданию № 2

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
на оказание услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках
(маркетинговое исследование рынка спортивных шашек и смежных товаров для реабилитации и активного долголетия)

1. Описание продукции Заказчика для исследования:

Наименование продукции:

Шашка спортивная (далее — Продукт/Изделие), предназначенная для занятий фланкировкой (казачья шашка), конструктивно сходная с рубяще-колющим холодным оружием, но адаптированная для спортивных и оздоровительных целей.

Назначение и ключевые характеристики:

Продукт запатентован (Патент RU 2839487 C1) и предназначен для:

- Спортсменов, занимающихся фланкировкой, жонглированием шашкой, танцами с шашками (как для начинающих, так и для профи).
- Потенциального использования в качестве инструмента для реабилитации и физической активности для различных групп населения (дети, взрослые, люди с ограниченными возможностями здоровья, в постинсультной реабилитации).
- Ключевые характеристики согласно патенту:
- Материал: Твердые породы дерева (рукоять), клинок из металла (вес 450-500 г).
- Безопасность: Скругленный носик клинка, скругленные грани увеличенной пяты (45-50 мм), отсутствие заточки и дола, клиновидное сечение клинка.
- Эргономика: Смещенный к центру баланс для лучшего контроля, увеличенная пята для смены хвата.
- Культурный код: Сохранение внешнего сходства с исторической казачьей шашкой образца 1881 года.

Стадия готовности: Серийное производство. Наличие действующего патента на изобретение.

Таблица 1. Классификация продукции Заказчика для проведения исследования

Наименование продукции	Код ОКПД2 (предварительно)	Код ТН ВЭД (предварительно)
Инвентарь спортивный для занятий фланкировкой / реабилитацией	32.50.30.110 (Тренажеры лечебные)	9506 99 900 0 (Инвент. и оборуд. для прочих видов спорта...)
Тренажеры и приспособления лечебные	32.50.30.110 (Тренажеры лечебные)	9019 10 900 1 (Приборы и устройства... для механотерапии...)

Точные коды будут верифицированы и согласованы с Заказчиком для корректного поиска таможенной и статистической информации.

2. Рынки:

- **Основной:** Российская Федерация (РФ).
- **Дополнительно (для экспортного блока):** Страны с исторически развитой казачьей культурой (страны бывшего СНГ), а также страны, где популярны исторические виды спорта, фланкировка или мечевой бой (физкультура с использованием предметов).

3. Цель исследования:

Оценить рыночный потенциал спортивной шашки в двух ключевых направлениях для разработки стратегии вывода продукта на рынок и масштабирования бизнеса.Ключевые фокусы:

1. Реабилитация и здоровый образ жизни (ЗОЖ): Подтверждение гипотезы о возможности использования шашки в реабилитационных программах и оценка емкости этого сегмента.

2. Традиционный спорт и хобби: Анализ текущего рынка фланкировки, исторического фехтования, сувенирной и подарочной продукции.

4. Задачи исследования:

Раздел 1. Научно-аналитический обзор: Реабилитационный потенциал продукта

Цель: собрать доказательную базу и изучить мировой опыт использования похожих предметов в реабилитации.

1.1. Анализ научных публикаций и клинических исследований:

- Поиск и анализ научных статей (на русском и английском языках) по использованию динамических упражнений с предметами (палки, мечи, шесты, утяжелители) для реабилитации после инсульта, при ДЦП, для улучшения мелкой моторики, когнитивных функций и координации.
- Изучение методик трудотерапии, эрготерапии и кинезиотерапии, где применяются предметы, близкие по форме и хвату к шашке.
- Выявление нейрофизиологических механизмов воздействия (влияние на межполушарное взаимодействие, проприоцепцию, крупную и мелкую моторику).

1.2. Анализ аналогов и прототипов в реабилитации:

- Обзор существующих на рынке РФ и мира реабилитационных тренажеров и приспособлений, имитирующих оружие, утяжеленные указки, мечи, разработанных для лечебной физкультуры.
- Анализ связи «культурный код — терапевтический эффект»: использование национальных, исторических или игровых элементов для повышения мотивации пациентов (особенно детей и взрослых мужчин) в процессе реабилитации.

Раздел 2. Российский рынок: структура, каналы сбыта и конкурентная среда

Цель: Количественная и качественная оценка рыночных сегментов.

2.1. Анализ целевых сегментов рынка: 2.1.1. Сегмент «Реабилитация и адаптивная физическая культура (АФК)»:

- Статистика рынка: Количество реабилитационных центров (государственных и частных), санаториев, центров АФК, специализированных школ-интернатов для детей с ОВЗ, отделений неврологии и реабилитации в больницах. Динамика финансирования госпрограмм по реабилитации.
- Структура закупок: Анализ тендеров и госзакупок (по 44-ФЗ и 223-ФЗ) на товары для реабилитации, ЛФК, механотерапии, спортивный инвентарь для лиц с ОВЗ. Выявление победителей, цен, объемов и частоты закупок.
- Потенциальные потребители: Главные врачи, заведующие отделениями реабилитации, инструкторы ЛФК, руководители закупок.

2.1.2. Сегмент «Спорт, хобби и культура»:

- Статистика рынка**:** Оценка числа занимающихся фланкировкой, историческим фехтованием, участников военно-исторических клубов и казачьих обществ. Количество и динамика профильных мероприятий (фестивали, соревнования).

2.2. Конкурентный анализ:

- Выявление производителей и поставщиков деревянных и стальных тренировочных шашек, мечей, ножей для метания, другого инвентаря для фланкировки и исторического фехтования в РФ.
- Сравнительный анализ ассортимента, материалов, цен (розничных и оптовых), каналов сбыта и уникальных торговых предложений конкурентов.
- Анализ импортных аналогов реабилитационного оборудования, которое может косвенно конкурировать с продуктом (утяжелители для кистей, тактильные палки, тренажеры для захвата).

2.3. Ценовая конъюнктура:

- Анализ розничных и оптовых цен на тренировочные шашки (деревянные, стальные, с различными покрытиями).
- Анализ цен на реабилитационное оборудование и инвентарь (включая тендерные цены).

Раздел 3. Анализ экспортного потенциала

Цель: Оценка возможностей для выхода на зарубежные рынки.

3.1. Анализ статистики внешней торговли РФ по кодам ТН ВЭД (табл. 1) за последние 3-5 лет: объемы экспорта/импорта, страны-контрагенты.

3.2. Анализ "зеркальной" статистики (данные стран-импортеров) для верификации.

3.3. Выявление потенциальных стран для экспорта, основываясь на развитии казачьей диаспоры, популярности исторических единоборств и наличии профильных федераций.

5. Формы предоставления результатов:

- Итоговый отчет в электронном виде (PDF, MS Word) на русском языке;
- Приложения в электронном виде (Excel-таблицы с исходными данными, расчетами, графиками; сводные таблицы по конкурентам и ценам);
- Печатная версия итогового отчета (1 экз.).

6. Методология проведения исследования:

- Официальная статистика: Росстат, ФТС РФ, ФНС, данные ЕАЭС.
- Отраслевая и научная аналитика: Научные электронные библиотеки (eLibrary.ru, PubMed, Cyberleninka), анализ диссертаций и статей по реабилитации и ЛФК.
- Базы данных: Контур-Фокус, (для анализа производителей и конкурентов), базы патентов (для анализа аналогов).
- Анализ тендеров и закупок: Единая информационная система в сфере закупок (zakupki.gov.ru), коммерческие тендеры.
- Анализ открытых данных: Сайты реабилитационных центров, федераций, отчеты, интервью в СМИ (опубликованные интервью с реабилитологами, инструкторами ЛФК, для понимания реальных потребностей и критериев выбора инвентаря для реабилитации).

Методы анализа: Кабинетное исследование, контент-анализ, сравнительный анализ, сегментный анализ, анализ цепочки создания стоимости.

7. Требования к отчету:

- Структура отчета должна четко соответствовать разделам и задачам, изложенным в данном техническом задании;
- Все утверждения, данные, прогнозы должны сопровождаться ссылками на источники информации (с указанием конкретных URL, названий отчетов, дат публикации). Ссылки должны быть рабочими и верифицируемыми;
- Использование таблиц, графиков, диаграмм для наглядного представления данных обязательно;
- Язык отчета: русский.

Приложение № 2 к Техническому заданию № 2

ОПРОСНЫЙ ЛИСТ
оценки качества оказанной услуги

Наименование ООО, ИП

Благодарим Вас за обращение в АНО «Центр «МБ».
Просим Вас оценить качество оказанной услуги.

Насколько Вы удовлетворены качеством оказанной услуги?
Дайте оценку по 5-балльной шкале, где оценка означает, что Вы:
«1» - полностью не удовлетворены;
«2» - частично не удовлетворены;
«3» - частично удовлетворены;
«4» - удовлетворены;
«5» - полностью удовлетворены качеством оказанной услуги.

Наименование услуги	**Оценка от 1 до 5 баллов**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Содействие в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках.					

_____ _____ _____
(руководитель юридического лица /индивидуальный предприниматель) **(подпись)** **(расшифровка подписи)**

«____» _____2026 г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ № 3

на оказание услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках

1. Наименование услуг	Содействие в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках.
2. Заказчик	Автономная некоммерческая организация «Центр поддержки предпринимательства «Мой бизнес», отдел – Центр инжиниринга Волгоградской области.
3. Срок оказания услуг	С даты подписания договора по 27 ноября 2026 г.
4. Место оказания услуг	Волгоградская область
5. Субъекты малого и среднего предпринимательства (Получатели услуг)	Получателями услуг являются юридические лица, а также физические лица (внесенные в ЕГРЮЛ, ЕГРИП) и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, в области промышленного и/или сельскохозяйственного производства, а также разработку и внедрение инновационной продукции, отнесенные в соответствии с действующим законодательством к субъектам малого и среднего предпринимательства (далее – субъекты МСП), зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие свою предпринимательскую деятельность на территории Волгоградской области, а так же внесены в единый реестр субъектов МСП (https://rmsp.nalog.ru/index.html). Получателем услуги является Общество с ограниченной ответственностью «Южная пищевая компания» (ИНН 3443142240).
6. Объем услуг	В период действия договора исполнитель должен обеспечить предоставление услуги в следующем объеме: Проведение маркетингового исследования рынка спортивных шашек и смежных товаров для реабилитации и активного долголетия (в соответствии с Приложением № 1 к Техническому заданию № 3), включая: • анализ мирового рынка меда; • анализ смежных и перерабатывающих рынков; • общее описание целевого рынка; • анализ каналов сбыта (сегментация рынка); • конкурентный анализ; • ценовая конъюнктура; • анализ структуры экспорта меда из РФ за последние 3-5 лет.
7. Общие требования к оказанию услуг	Исполнитель обязан: – выполнить объем работ в соответствии с индивидуальным техническим заданием (Приложение № 1 к настоящему Техническому заданию № 3); – добросовестно, качественно и своевременно оказывать услугу субъекту МСП.
8. Требования к квалификации исполнителя (непосредственных исполнителей), опыту оказания подобных услуг	– наличие опыта оказания услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках, подтвержденного исполненными договорами (контрактами) за последние 3 года; – наличие квалифицированных специалистов и (или) привлеченных экспертов, обладающих компетенциями в области содействия в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках; – отсутствие сведений о потенциальном исполнителе в реестре недобросовестных поставщиков, предусмотренном Федеральным законом от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», и в реестре недобросовестных поставщиков, предусмотренном Федеральным законом от 05 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

9. Порядок сдачи-приемки оказанных услуг	Исполнитель предоставляет отчет в срок не более 3 (трех) рабочих дней с даты окончания исполнения своих обязательств Исполнителем, в течение действия договора. В выставленном Исполнителем акте оказанных услуг за период действия договора указывается наименование, количество и стоимость услуги. В случае, если в ходе проверки отчетной информации, и/или услуги не подтверждены субъектом МСП или услуги предоставлены не в полном объеме, услуги не оплачиваются в объеме неподтвержденных или не оказанных услуг.
10. Требования к отчетной информации	Исполнитель предоставляет итоговую отчетность по исполнению договора не позднее 3-х рабочих дней с момента оказания услуги. **Итоговая отчетность** по оказанию услуги должна содержать: 1. Опросный лист с отметкой о качестве оказанной услуги (Приложение № 2 к настоящему Техническому заданию № 1). 2. Описательный отчет, который состоит из: – титульный лист, на котором указано наименование услуги по договору, номер договора, полное и сокращенное наименование Исполнителя, а также все реквизиты, контактный телефон и электронную почту Исполнителя, сроки реализации мероприятия по настоящему договору; – описание услуги, включая цели, задачи, сроки реализации, описание механизма оказания услуги, визуализация услуги, количественные и качественные показатели реализации; – итоговый отчет о проделанной работе предоставляется в письменной форме, в сброшюрованном виде (формат А4), а также в электронном виде в формате MS Word (для текстовых документов) и в формате MS Excel (для документов, содержащих большие массивы данных, таблицы), в формате презентаций на электронном носителе (USB флеш-карта, CD-диск и т.п.). Итоговый отчет должен включать в себя копии документов, материалов, подтверждающих выполнение объема услуги, предусмотренного п. 6 настоящего Технического задания № 1.

Приложение № 1 к Техническому заданию № 3

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
на оказание услуг по содействию в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках
(маркетинговое исследование рынка меда)

1. **Описание продукции Заказчика для исследования:**

Наименование продукции:
Мёд натуральный и продукты переработки мёда (уточнение Заказчика)
Назначение и ключевые характеристики:
продукция предназначена для прямого употребления в пищу, а также для использования в качестве ингредиента в пищевой промышленности (кондитерские изделия, напитки, соусы) и производстве функциональных продуктов. Ключевыми характеристиками являются: натуральность происхождения, сохранность биологически активных веществ, соответствие требованиям безопасности и качества согласно ГОСТ и ТР ТС.
Стадия готовности:
стабильные объемы поставок, производство OEM для крупных торговых сетей

Таблица 1. Классификация продукции Заказчика для проведения исследования

Наименование продукции	**Наименование продукции**	**Наименование продукции**
Код ОКПД2 (предварительно)	Код ОКПД2 (предварительно)	Код ОКПД2 (предварительно)
Код ТН ВЭД (предварительно)	Код ТН ВЭД (предварительно)	Код ТН ВЭД (предварительно)
Мед натуральный пчелиный	Мед натуральный пчелиный	Мед натуральный пчелиный
01.49.11.110	01.49.11.110	01.49.11.110

Точные коды будут верифицированы и уточнены Исполнителем на основе детального ассортимента продукции Заказчика

2. **Рынки:**

Основной: Российская Федерация (РФ)
Дополнительно (для экспортного блока): Перспективные страны для экспорта (страны, в которые уже поставляют мед из России или имеющие большие объемы импортных поставок меда на свою территорию).

3. **Цель исследования:**

Обеспечить Заказчика комплексной аналитической информацией для разработки стратегии масштабирования бизнеса, включая выход в крупные розничные сети (в качестве OEM-поставщика и под собственной торговой маркой — СТМ), развитие направления B2B-поставок (мед как ингредиент для пищевой промышленности) и оценку экспортного потенциала. Ключевые фокусы:
- анализ трендов потребления на российском рынке после 2022 года.
- оценка требований и барьеров для входа в розничные сети и крупные промышленные производства.
- сравнительный анализ ценовой конъюнктуры в различных каналах сбыта.
- выявление наиболее перспективных экспортных направлений для наращивания объемов поставок.

4. **Задачи исследования:**

Раздел 1. Краткий обзор глобальных трендов и смежных рынков

Цель: выявить макротренды, влияющие на потребление меда и развитие продуктовых категорий на его основе.

1.1. Анализ мирового рынка меда: Обзор ключевых тенденций производства и потребления. Тренд на «чистую этикетку» (clean label), функциональное питание, натуральные подсластители.

1.2. Анализ смежных и перерабатывающих рынков:

— Оценка использования меда как ингредиента в смежных отраслях: кондитерская промышленность (пряники, конфеты, хлебобулочные изделия), производство напитков (сбитни, медовуха, лимонады), молочная промышленность (йогурты, творожки), производство готовых завтраков (мюсли, гранола).
— Анализ трендов развития этих отраслей и потенциала замещения сахара медом в производстве.
— Обзор рынка функциональных продуктов и БАД на основе меда и продуктов пчеловодства (перга, маточное молочко, прополис).

Раздел 2. Российский рынок мёда: структура, каналы сбыта и конкурентная среда

Цель: детальный анализ российского рынка с фокусом на крупнооптовые сегменты (B2B и B2C через сети).

2.1. **Общее описание целевого рынка:**

— Динамика производства и потребления меда в РФ за последние 3-5 лет в натуральном и стоимостном выражении. Структура производства по категориям хозяйств (ЛПХ, КФХ, сельхозорганизации) и анализ доли товарного (промышленного) меда.
— Региональная структура производства (карта российских пасек), выявление ключевых регионов с наибольшим потенциалом товарного меда.

2.2. Анализ каналов сбыта (сегментация рынка): Сегмент FMCG / Розничные сети:

— Анализ структуры продаж меда в рознице: федеральные сети, региональные сети, специализированные магазины, маркетплейсы.
— Анализ роли собственных торговых марок (СТМ) сетей в категории «Мед».
— Условия входа в федеральные сети в качестве OEM-поставщика и поставщика для СТМ (требования к упаковке, объемам, сертификации, отсрочкам платежа, маркетинговым бюджетам).

Сегмент HoReCa и промышленная переработка (B2B):

— Анализ спроса со стороны пищевых производств (кондитерские фабрики, хлебозаводы, производители напитков). Технические требования к меду как к ингредиенту (ГОСТ, показатели качества, диастазное число, крупность оптовых партий).
— Анализ спроса со стороны предприятий общественного питания (HoReCa).

Экспортный сегмент: резюме из Раздела 3.

2.3. Конкурентный анализ:

— Выявление ключевых игроков российского рынка (топ-10 производителей/фасовщиков) по объему выручки и доле рынка
— Сравнительный анализ ассортимента, ценового позиционирования и каналов сбыта основных конкурентов (как крупных брендов, так и успешных региональных производителей).
— Анализ доли импортного меда на рынке РФ, основные страны-поставщики и динамика импорта.

2.4. **Ценовая конъюнктура:**

— Анализ цен в различных каналах сбыта (закупочные цены переработчиков, оптовые цены, полочные цены в рознице).
— Сезонность цен и влияние урожая на ценовую динамику.

Раздел 3. Анализ экспортного потенциала и структуры внешней торговли

Цель: оценка возможностей для наращивания экспорта в больших объемах.

3.1. Анализ структуры экспорта меда из РФ за последние 3-5 лет:

— Динамика объема экспорта в натуральном и стоимостном выражении

— Географическая структура экспорта: ключевые страны-покупатели и их доли
— Анализ средних экспортных цен по направлениям.

5. Формы предоставления результатов:

— Итоговый отчет в электронном виде (PDF, MS Word) на русском языке;
— Приложения в электронном виде (Excel-таблицы с исходными данными, расчетами, графиками; сводные таблицы по конкурентам и ценам);
— Печатная версия итогового отчета (1 экз.).

6. Методология проведения исследования:

— Официальная статистика (Росстат, ФТС РФ, ФНС, данные ЕАЭС).
— Отраслевая аналитика (Национальный союз пчеловодов, отраслевые ассоциации, данные Минсельхоза РФ).
— Базы данных (Контур-Фокус, для анализа производителей и потенциальных клиентов).
— Анализ тендеров и закупок (сайты госзакупок, коммерческие тендеры пищевых производств).
— Мониторинг данных федеральных и региональных сетей
— Анализ открытых данных компаний-конкурентов и потенциальных покупателей (сайты, годовые отчеты).
— Отраслевые СМИ и порталы пчеловодство, ритейл и иные). Анализ опубликованных интервью участников рынка.
— Анализ "зеркальной" статистики для верификации данных об экспорте.

Методы анализа: сравнительный анализ, сегментный анализ, анализ цепочки создания стоимости, прогнозирование.

7. Требования к отчету:

— Структура отчета должна четко соответствовать разделам и задачам, изложенным в данном техническом задании;
— Все утверждения, данные, прогнозы должны сопровождаться ссылками на источники информации (с указанием конкретных URL, названий отчетов, дат публикации). Ссылки должны быть рабочими и верифицируемыми;
— Использование таблиц, графиков, диаграмм для наглядного представления данных обязательно;
— Язык отчета: русский.

Приложение № 2 к Техническому заданию № 3

ОПРОСНЫЙ ЛИСТ
оценки качества оказанной услуги

Наименование ООО, ИП

Благодарим Вас за обращение в АНО «Центр «МБ».
Просим Вас оценить качество оказанной услуги.

Насколько Вы удовлетворены качеством оказанной услуги?
Дайте оценку по 5-балльной шкале, где оценка означает, что Вы:
«1» - полностью не удовлетворены;
«2» - частично не удовлетворены;
«3» - частично удовлетворены;
«4» - удовлетворены;
«5» - полностью удовлетворены качеством оказанной услуги.

Наименование услуги	**Оценка от 1 до 5 баллов**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Содействие в получении маркетинговых услуг, услуг по позиционированию и продвижению новых видов продукции (товаров, услуг) на российском и международном рынках.					

_____ _____ _____
(руководитель юридического лица /индивидуальный предприниматель) **(подпись)** **(расшифровка подписи)**

«____» _____2026 г.