

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

	Наименование	Содержание
		Описание услуг
1	Оказываемые услуги	СОДЕЙСТВИЕ В ПРОВЕДЕНИИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ИНОСТРАННЫХ РЫНКОВ ПО ЗАПРОСУ СУБЪЕКТА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
2	Цель оказания услуг	СБОР ИНФОРМАЦИИ О ВОЗМОЖНОСТИ ВЫХОДА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК В РАЗРЕЗЕ КАЖДОЙ ИССЛЕДУЕМОЙ СТРАНЫ В ЦЕЛЯХ РАСШИРЕНИЯ РЫНКА СБЫТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ
3	Наименование экспортно ориентированного СМСП Получателя поддержки (Заказчик)	ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ АГАПОНОВ АЛЕКСЕЙ СЕРГЕЕВИЧ
4	Вид деятельности экспортно ориентированного СМСП Получателя поддержки (по ОКВЭД2, расшифровка)	14.13 ПРОИЗВОДСТВО ПРОЧЕЙ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ
5	Требования к Исполнителю	ОПЫТ В МЕЖДУНАРОДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ В СФЕРЕ ФЭШН ИНДУСТРИИ, ВЛАДЕНИЕ ИНСТРУМЕНТАМИ В ИССЛЕДОВАНИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКОВ, СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА РЫНКОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ, ПОДТВЕРЖДЕННЫЙ ДОКУМЕНТАМИ (АКТЫ ОКАЗАННЫХ УСЛУГ, ДОГОВОРЫ И Т.П. В КОЛИЧЕСТВЕ НЕ МЕНЕЕ 2 ШТ., ЖЕЛАТЕЛЬНО НАЛИЧИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОТЗЫВА ОТ КОМПАНИИ-ПАРТНЕРА); НАЛИЧИЕ ОКВЭД 73.20
6	Срок оказания услуг	60 рабочих дней с даты заключения договора
2	Состав оказываемых услуг	
	<p>МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ИНОСТРАННЫХ РЫНКОВ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - РАСКРЫТИЕ МЕТОДОЛОГИИ РАСЧЕТОВ ДАННЫХ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ (ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДАННЫЕ НЕ РАНЕЕ 2017 ГОДА); - ОБЪЕМ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА, ВЫРАЖЕННЫЙ В НАТУРАЛЬНЫХ И (ИЛИ) ДЕНЕЖНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ В ДОЛЛ.США; - ПРОГНОЗЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТЕЧЕНИЕ НЕ МЕНЕЕ 3 СЛЕДУЮЩИХ ЛЕТ С ПОДТВЕРЖДЕНИЕМ ИСЧИСЛИМЫХ ЗНАЧЕНИЙ; - СВЕДЕНИЯ ОБ ИМПОРТЕ ТОВАРА В ДАННЫЕ СТРАНЫ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ В ДОЛЛ.США; - ОЦЕНКУ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕЗЫ, ВКЛЮЧАЯ ОЦЕНКУ СОСТОЯНИЯ РЫНКА (СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И ПРИЧИНЫ ИЗМЕНЕНИЙ), А ТАКЖЕ ИНФОРМАЦИЮ О КЛЮЧЕВЫХ КОНКУРЕНТАХ С УКАЗАНИЕМ ПРЕИМУЩЕСТВ ИХ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ; - НЕОБХОДИМАЯ РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ ДЛЯ ВЫХОДА НА РЫНОК ДАННОЙ СТРАНЫ; - ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ВЫХОДА НА РЫНОК ПО КАЖДОЙ СТРАНЕ. 	
3	Требования к оказанию услуг	
	<p>СПИСОК СТРАН ДЛЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - НОРВЕГИЯ - ШВЕЦИЯ - ФИНЛЯНДИЯ - ДАНИЯ - ГЕРМАНИЯ - НИДЕРЛАНДЫ - ПОЛЬША - ЧЕХИЯ - ВЕНГРИЯ - РУМЫНИЯ - АВСТРИЯ - СЛОВЕНИЯ - ЭСТОНИЯ - ЛИТВА - ЛАТВИЯ 	

ИЗДЕЛИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ ЗИМНЕГО И ДЕМИСЕЗОННОГО АССОРТИМЕНТА ДЛЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ :

1. СТАРШЕ ОДНОГО ГОДА ДО ТРЕХ ЛЕТ:

- ОДЕЖДА ДЛЯ МАЛЬЧИКОВ: КУРТКИ, ВЕТРОВКИ, БРЮКИ, КОМБИНЕЗОНЫ, КОМБИНЕЗОНЫ-ТРАНСФОРМЕРЫ, ПОЛУКОМБИНЕЗОНЫ, ЖИЛЕТЫ;

- ОДЕЖДА ДЛЯ ДЕВОЧЕК: КУРТКИ, ВЕТРОВКИ, БРЮКИ, КОМБИНЕЗОНЫ, КОМБИНЕЗОНЫ-ТРАНСФОРМЕРЫ, ПОЛУКОМБИНЕЗОНЫ, ЖИЛЕТЫ

2. СТАРШЕ ТРЕХ ЛЕТ ДО ВОСЬМИ ЛЕТ:

- ОДЕЖДА ДЛЯ МАЛЬЧИКОВ: ПОЛУПАЛЬТО, ПЛАЩИ, КУРТКИ, ВЕТРОВКИ, БРЮКИ, КОМБИНЕЗОНЫ, ПОЛУКОМБИНЕЗОНЫ, ЖИЛЕТЫ;

- ОДЕЖДА ДЛЯ ДЕВОЧЕК: ПОЛУПАЛЬТО, ПЛАЩИ, КУРТКИ, ВЕТРОВКИ, БРЮКИ, КОМБИНЕЗОНЫ, ПОЛУКОМБИНЕЗОНЫ, ЖИЛЕТЫ.

3. ПОДРОСТКИ ОТ ДЕВЯТИ ЛЕТ ДО 14 ЛЕТ:

- ОДЕЖДА ДЛЯ МАЛЬЧИКОВ: ПАЛЬТО, ПОЛУПАЛЬТО, КУРТКИ, ВЕТРОВКИ, БРЮКИ, ЖИЛЕТЫ;

- ОДЕЖДА ДЛЯ ДЕВОЧЕК: ПАЛЬТО, ПОЛУПАЛЬТО, ПЛАЩИ, КУРТКИ, ВЕТРОВКИ, БРЮКИ, КОМБИНЕЗОНЫ, ПОЛУКОМБИНЕЗОНЫ, ЖИЛЕТЫ

ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОДУКЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ЗАКАЗЧИКОМ ПОСЛЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА.

- маркетинговое исследование должно носить систематический, а не случайный или несвязный характер;
- это не одноразовое мероприятие, оно включает совокупность действий или процессов: сбор данных, запись и анализ;
- данные могут поступать из различных источников: от самой компании непредвзятых организаций, специалистов - исследователей, работающих на фирме;
- маркетинговые исследования могут быть применены к любой стороне маркетинга, которая требует информации для содействия принятию решений;
- при осуществлении маркетинговых исследований должен соблюдаться научный подход, т.е. исследования должны быть объективными (учитывать все факторы), точными (правильно подобрать инструменты исследования) и тщательными (каждый элемент исследования должен тщательно планироваться) и выполняться (должен сопоставить ее достоинства и недостатки).

При проведении маркетинговых исследований, следует обратить внимание на принципы, которыми следует руководствоваться:

- Систематичность - исследования должны вестись систематично, а не носить спорадический, разовый характер.
- Комплексность - с одной стороны, включает совокупность действий или процессов (сбор, обработка, анализ данных), с другой - комплексный подход к изучению объектов (их взаимосвязи с другими процессами и объектами).
- Системность - охватывать весь рынок и всю структурную иерархию рыночных процессов, фактов, их динамику и взаимосвязи.
- Связанность и целеустремленность - направление, масштабы, глубина, детализация проводимых исследований должны быть органически увязаны с целями и задачами деятельности данного субъекта рынка, отражать его реальные потребности в конкретной аналитической информации.
- Универсальность - исследования могут быть проведены, исходя из любой потребности субъекта рынка в информации для принятия рационального решения.
- Множественность источников информации - целесообразно поступление рыночной информации не из одного, а из нескольких источников, что позволяет иметь всесторонние «перекрывающиеся» друг друга данные и тем самым уточнять, проверять информацию, отбрасывать сомнительные данные.
- Научность - точность, объективность, обусловленность.

4	Требования к составу и оформлению отчётной документации по оказываемым услугам	
4.1	Вид отчетной документации по	МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА ОСНОВЕ ОПЕРАТИВНЫХ И СТАТИ-

оказываемым услугам	<i>СТИЧЕСКИХ ДАННЫХ</i>
Состав отчётной документации по оказываемым услугам	<p><i>СОСТАВ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ; 2. ОГЛАВЛЕНИЕ; 3. ВВЕДЕНИЕ; 4. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ (НЕСКОЛЬКО РАЗДЕЛОВ): - ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДЕЙСТВУЮЩИХ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КОНКУРЕНТОВ; - ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛОВИЙ РАБОТЫ КОНКУРЕНТОВ; - ВЫЯВЛЕНИЕ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН КОНКУРЕНТОВ И ВЫВОДЫ О ТОМ, КАК ИМ ПРОТИВОДЕЙСТВОВАТЬ; - ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЩЕНИЯ ПРОДУКЦИИ КОНКУРЕНТОВ (ПРЕДЛОЖЕНИЯ, КАЧЕСТВО, ЦЕНЫ, СЕРВИС, РАСЧЕТЫ И Т.Д.); - СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ; - СПРОС НА ПРОДУКЦИЮ, ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ; - ВОЗМОЖНОСТЬ, ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОМПАНИЙ; - ПРОГНОЗ СОСТОЯНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ НА СРОК 12 МЕСЯЦЕВ. 5. ВЫВОДЫ; 6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ; 7. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ; 8. ПРИЛОЖЕНИЯ (ПРИ НАЛИЧИИ).
Требования к оформлению отчётной документации по оказываемым услугам	<i>В БУМАЖНОМ ВИДЕ ДОКУМЕНТЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЗАВЕРЕНЫ ПОДПИСЬЮ И ПЕЧАТЬЮ (ПРИ НАЛИЧИИ) УПОЛНОМОЧЕННОГО ЛИЦА ИСПОЛНИТЕЛЯ.</i>
Требования к передаче отчётной документации по оказываемым услугам	
Количество передаваемых экземпляров отчётной документации по оказываемым услугам	<p>В бумажном варианте:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в 2 (двух) экземплярах: один – для Заказчика, один – для Фонда. <p>В электронном виде:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в 2 (двух) экземплярах: один – для Заказчика, один – для Фонда, в форматах MS Word и PDF на электронных носителях USB-флешка.

ФОНД:

ЗАКАЗЧИК:

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

А.С. АГАПОНОВ

