**Протокол № ЗК-ДМ-238/2**

**Заседания Единой комиссии Заказчика**

**(ОАО «КСК»)**

|  |  |
| --- | --- |
| **г. Москва** | **29 сентября 2015 г.** |

1. Заказчик: Открытое акционерное общество «Курорты Северного Кавказа»
(далее - ОАО «КСК», ИНН 2632100740).
2. На заседании Единой комиссии присутствовали:

Исаев Сергей Петрович, Синицина Ольга Алексеевна, Иванов Николай Васильевич, Канукоев Аслан Султанович, Канунников Денис Викторович, Плешаков Александр Григорьевич, Голосов Дмитрий Александрович.

Отсутствовали: Вильк Святослав Михайлович, Зверева Наталья Алексеевна, Смитиенко Степан Борисович.

Кворум имеется, заседание Единой комиссии правомочно.

На заседание Единой комиссии в качестве эксперта приглашена: заместитель директора Департамента по маркетингу – Столяренко Елена Анатольевна.

1. Извещение о проведении запроса котировок размещено на официальном сайте: [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru), на сайте Общества (Заказчика): [www.ncrc.ru](http://www.ncrc.ru) 17 сентября 2015 года
№ ЗК-ДМ-238.
2. Наименование предмета запроса котировок: Право заключения договора
на оказание услуг по изготовлению, размещению, распространению рекламной продукции, и иных рекламных услуг.
3. Сведения о существенных условиях договора:

|  |  |
| --- | --- |
| **Предмет договора** | Оказание услуг по изготовлению, размещению, распространению рекламной продукции, и иных рекламных услуг. |
| **Начальная (максимальная) цена договора** | 2 998 327 (Два миллиона девятьсот девяносто восемь тысяч триста двадцать семь) рублей, без учета НДС.В цену договора включены все расходы исполнителя услуг на уплату сборов, налогов (помимо НДС) и иных обязательных платежей. |
| **Наименование, перечень оказываемых услуг** | В соответствии с Техническим заданием (Приложение № 1 к настоящему Протоколу). |
| **Условия оплаты** | В соответствии с проектом договора. |
| **Срок оказания услуг** | С даты подписания договора до 31 марта 2016 года. |
| **Место оказания услуг** | Северо-Кавказский и Южный федеральные округа. |
| **Финансирование** | Собственные средства ОАО «КСК». |

1. До окончания указанного в извещении о проведении запроса котировок срока подачи котировочных заявок 16:00 (мск) 24 сентября 2015 года поступило 2 (Две) котировочных заявки на бумажном носителе.
2. Процедура вскрытия конвертов состоялась в 16:30 (мск) 24 сентября 2015 года.
3. Процедура рассмотрения и оценка котировочных заявок состоялась в 16:30 (мск)
29 сентября 2015 года по адресу: 123100, г. Москва, Пресненская наб., д. 12.
4. Сведения об участниках закупки, подавших котировочные заявки:

| **Регистрационный номер заявки участника закупки** | **Наименование участника закупки** | **Место нахождения (юридический)/почтовый адреса участника закупки** |
| --- | --- | --- |
| № 470**\***от 23 сентября 2015 года 10:40 (мск) | **ООО «Магистраль»**(ИНН 2635133180) | Место нахождения (юридический адрес) / почтовый адрес:355011, Ставропольский край, г. Ставрополь, ул. 50 лет ВЛКСМ, д. 93, офис 509Тел.: 8-652-230-448 |
| № 471 от 24 сентября 2015 года13:15 (мск) | **ИП Губенко Р.В.**(ИНН 233600256269) | Место нахождения (юридический адрес): 350047, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Клары Лучко, д. 10, кв. 344-345Почтовый адрес:350047, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Красных Партизан, д. 32, офис 70Тел.: 8-861-226-35-61 |

**\***Примечание: письмом (вх.: ВП-15-2452 от 25.09.2015 г.) участник закупки
**ООО «Магистраль»** (ИНН 2635133180)отозвал заявку на участие в запросе котировок (Извещение от 17 сентября 2015 года № ЗК-ДМ-238) в связи, с чем Единой комиссией заявка не рассматривалась.

1. Результаты рассмотрения котировочной заявки на соответствие требованиям, установленным в запросе котировок (Извещение от 17 сентября 2015 года № ЗК-ДМ-238):
	1. Участник закупки **ИП Губенко Р.В.** (ИНН 233600256269) соответствует требованиям, указанным в Извещении от 17 сентября 2015 года № ЗК-ДМ-238.

Приглашенный эксперт (Е.А. Столяренко) подтверждает соответствие требованиям, указанным в Извещении от 17 сентября 2015 года № ЗК-ДМ-238.

1. **Решение:**
	1. На основании п. 17.19 «Положения о закупке товаров, работ, услуг для нужд
	ОАО «КСК» признать запрос котировок (Извещение от 17 сентября 2015 года
	№ ЗК-ДМ-238) на право заключения договора на оказание услуг по изготовлению, размещению, распространению рекламной продукции, и иных рекламных услуг несостоявшимся и осуществить повторную закупку, путем проведения запроса котировок.

**Решение принято единогласно.**

* 1. Настоящий протокол подлежит хранению не менее трех лет.

**Решение принято единогласно.**

1. Настоящий протокол подлежит публикации на официальном сайте: [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru), официальном сайте Заказчика: [www.ncrc.ru](http://www.ncrc.ru) в сети Интернет.

Приложение:

1. Техническое задание – на 5 л., в 1 экз.
2. Копия письма от ООО «Магистраль» (вх.: от 25.09.2015 г. № ВП-15-2452) –
на 1 л., в 1 экз.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Председатель комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Исаев Сергей Петрович |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Член комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Синицина Ольга Алексеевна |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Член комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Иванов Николай Васильевич |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Член комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Канукоев Аслан Султанович |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Член комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Канунников Денис Викторович |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Член комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Плешаков Александр Григорьевич |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Секретарь комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Голосов Дмитрий Александрович |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Эксперт | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Столяренко Елена Анатольевна |

**Приложение № 1 к Протоколу
от 29 сентября 2015 года № ЗК**-**ДМ-238/2**

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

**на проведение рекламной кампании ВТРК «Архыз»**

**зимнего сезона 2015-2016 гг.**

Задача рекламной кампании – увеличить поток туристов в будние дни на 20-30 %, охватить не менее 50 % целевой аудитории, обеспечить узнаваемость бренда курорта, увеличить рост продаж ски-пассов и укрепить положительный имидж курорта.

География рекламной кампании: Северо-Кавказский федеральный округ, Южный федеральный округ: г. Черкесск, г. Карачаевск, г. Усть-Джегута, г. Ставрополь, г. Пятигорск, г. Кисловодск, г. Минеральные воды, г. Ростов-на-Дону, г. Краснодар, г. Армавир, г. Волгоград.

Основное целевое ядро: мужчины и женщины, возраст: 15-55 лет.

Уровень дохода средний, средне-высокий (по косвенным признакам).

Потребительское поведение: регулярные посетители курортов России или зарубежья (не реже 1 раза в 2 года, не отвергающие возможности посещения горнолыжных курортов), занимающиеся горными лыжами и/или сноубордов.

**Каналы рекламы:**

**1. Наружная реклама, размещение на щитах 3х6 м.**

Требования к расположению щита: должен находиться в местах максимального скопления людей (ключевые торговые комплексы, транспортные узлы, оживленные магистрали, парки, места массового отдыха). Месторасположение щитов для размещения наружной рекламы Заказчика в соответствии с требованиями Технического задания утверждается заказчиком.

Период рекламной компании с 01.11.2015 по 29.02.2016 г.

Первый месяц включает в себя стоимость изготовления (печати) баннера и монтаж.

Последующие месяцы идет пролонгация рекламного сообщения с одной заменой баннера за счет Исполнителя, включая изготовление (печать) баннера, в течение рекламного периода.

Дата замены рекламного баннера – по согласованию с заказчиком.

Распределение поверхностей по регионам:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Период | 01.11-30.11.2015 | 01.12-31.12.2015 | 01.01-30.01.2016 | 01.02-29.02.2016 |
|  | Количество поверхностей, шт. |
| Регион |  |  |  |  |
| городской округ Краснодар | 4 | 4 | 3 | 1 |
| городской округ Ростов-на-Дону | 5 | 5 | 3 | 2 |
| КЧР (г. Черкесск, г. Усть-Джегута, г. Карачаевск) | 7 | 6 | 5 | 2 |
| городской округ Волгоград | 6 | 5 | 4 | 3 |
| Ставропольский край (г. Пятигорск, г. Мин. Воды, ФАД А-156 Лермонтов-Черкесск) | 5 | 4 | 3 | 2 |
| Краснодарский край (г. Армавир, ФАД Кавказ) | 2 | 2 | 2 | 1 |

**2. Реклама на региональных каналах (телевизионная реклама)**

- Размещение ролика 15 сек. на канале СТС в регионах: Краснодарский край, городской округ Волгоград, Ставропольский край.

Вечерний прайм тайм (18.00-23.00), 12 дней в месяц, по 2 выхода в день.

Общее количество выходов: не менее 24 выходов в месяц.

Период с 01.10.2015- 29.02.2016 г.

- Размещение ролика 15 сек. на канале Россия 24 в регионе: городской округ Ростов-на-Дону.

Вечерний прайм тайм (18.00-23.00), 13 дней в месяц, по 2 выхода в день.

Общее количество выходов: не менее 26 выходов в месяц.

Период с 01.10.2015- 29.02.2016 г.

**3. Реклама в интернете (DGT)**

1. Увеличение заинтересованной аудитории в социальных сетях путем рекламных постов в тематических группах в социальных сетях Вконтакте и Facebook.

Группы должны быть зарегистрированы в городах, относящихся к регионам: городской округ Краснодар, Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край, городской округ Ростов-на-Дону.

Период с 01.10.2015- 11.03.2016 г.

1. Контекстная реклама в поисковых системах Яндекс и Google.

Геотаргетинг: городской округ Краснодар, Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край, городской округ Ростов-на-Дону.

Низкочастотные запросы с использованием названия региона, упоминания активного отдыха, горнолыжных курортов в России.

Период с 01.10.2015- 11.02.2016 г.

1. Размещение баннера на сайте Ski.ru. Формат: Баннер на главной странице
(920х100 или 240х400). 7 дней в период с 01.10-31.10.2015 г., и 7 дней в период
с 01.11-30.11.2015 г.

**4. Отчет по итогам рекламной кампании.**

Необходимо произвести расчет эффективности рекламной кампании.

4.1. Экономическая эффективность:

Дополнительный турпоток под воздействием рекламы определяется по формуле:
Тд = (Тс \* П \* Д) / 100

где Тд — дополнительный турпоток под воздействием рекламы, руб.;

Тс — среднедневной турпоток до рекламного периода, руб.;

П — прирост среднедневного турпотока за рекламный и послерекламный периоды, %; Д — количество дней учета турпотока в рекламном и послерекламном периодах.

Для расчета экономического эффекта можно использовать следующую формулу: Э = (Тд \* Нт) / 100 – (Uр + Uд)

где Э — экономический эффект рекламирования, руб.;

Тд — дополнительный турпоток под воздействием рекламы, руб.;

Нт — торговая надбавка на товар, в % к цене реализации;

Uр — расходы на рекламу, руб.;

Uд — дополнительные расходы по приросту товарооборота, руб.

Заказчик предоставляет информацию за весь период ведения рекламной кампании по показателям: Тд, Тс, Нт, Uд.

4.2. Рентабельность рекламы:

Отношение полученной прибыли к затратам.

Она определяется по формуле: Р = (П \* 100) / U

где Р — рентабельность рекламирования, %;

П — прибыль, полученная от рекламирования, руб.;

U — затраты на рекламу, руб.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование услуг** | **Количество оказываемых услуг**  | **Срок оказания услуг** |
| 1. **Наружная реклама.**

**Размещение на щитах 3х6 м.**Требования к расположению щита: должен находиться в местах максимального скопления людей (ключевые торговые комплексы, транспортные узлы, оживленные магистрали, парки, места массового отдыха). Месторасположение щитов утверждается заказчиком. Первый месяц включает в себя стоимость печати баннера и монтаж.Последующие месяцы идет пролонгация рекламного сообщения с одной заменой баннера в течение рекламного периода. Дата замены рекламного баннера – по согласованию с заказчиком. |  | 01.11.2015- 29.02.2016 |
| **Регион:** |  | 01.11-30.11.2015 |
| городской округ Краснодар | 4 |
| городской округ Ростов-на-Дону | 5 |
| КЧР (г. Черкесск, г. Усть-Джегута, г. Карачаевск) | 7 |
| городской округ Волгоград | 6 |
| Ставропольский край (г. Пятигорск, г. Минеральные Воды, ФАД А-156 Лермонтов-Черкесск) | 5 |
| Краснодарский край (г. Армавир, ФАД Кавказ) | 2 |
| **Регион:** |  |  |
| городской округ Краснодар | 4 | 01.12-31.12.2015 |
| городской округ Ростов-на-Дону | 4 |
| КЧР (г. Черкесск, г. Усть-Джегута, г. Карачаевск) | 6 |
| городской округ Волгоград | 5 |
| Ставропольский край (г. Пятигорск, г. Минеральные Воды, ФАД А-156 Лермонтов-Черкесск) | 4 |
| Краснодарский край (г. Армавир, ФАД Кавказ) | 2 |
| **Регион:** |  |  |
| городской округ Краснодар | 3 | 01.01-30.01.2016 |
| городской округ Ростов-на-Дону | 3 |
| КЧР (г. Черкесск, г. Усть-Джегута, г. Карачаевск) | 5 |
| городской округ Волгоград | 4 |
| Ставропольский край (г. Пятигорск, г. Минеральные Воды, ФАД А-156 Лермонтов-Черкесск) | 3 |
| Краснодарский край (г. Армавир, ФАД Кавказ) | 2 |
| **Регион:** |  |  |
| городской округ Краснодар | 1 | 01.02-29.02.2016 |
| городской округ Ростов-на-Дону | 2 |
| КЧР (г. Черкесск, г. Усть-Джегута, г. Карачаевск) | 2 |
| городской округ Волгоград | 3 |
| Ставропольский край (г. Пятигорск, г. Минеральные Воды, ФАД А-156 Лермонтов-Черкесск) | 2 |
| Краснодарский край (г. Армавир, ФАД Кавказ) | 1 |
| 1. **Реклама на региональных каналах (телевизионная реклама)**
 |  |  |
| Размещение рекламного ролика хронометражем 15 секунд на канале СТС в регионе:- Краснодарский край.Вечерний прайм тайм (18.00-23.00) | 12 дней в месяц, по 2 выхода в день. Общее количество выходов: не менее 24 выходов в месяц. | 01.10.2015- 29.02.2016 |
| Размещение рекламного ролика хронометражем 15 секунд на канале СТС в регионе: - городской округ Волгоград Вечерний прайм тайм (18.00-23.00) | 12 дней в месяц, по 2 выхода в день. Общее количество выходов: не менее 24 выходов в месяц. |
| Размещение рекламного ролика хронометражем 15 секунд на канале СТС в регионе: - Ставропольский край.Вечерний прайм тайм (18.00-23.00) | 12 дней в месяц, по 2 выхода в день. Общее количество выходов: не менее 24 выходов в месяц. |
| Размещение ролика хронометражем 15 секунд на канале Россия 24 в регионе: - городской округ Ростов-на-Дону.Вечерний прайм тайм (18.00-23.00) | 13 дней в месяц, по 2 выхода в день. Общее количество выходов: не менее 26 выходов в месяц. | 01.10.2015- 29.02.2016 |
| 1. **Реклама в интернете (DGT)**
 |  |  |
| Цель: увеличение заинтересованной аудитории в социальных сетях путем размещения рекламных постов в тематических группах в социальных сетях Вконтакте и Facebook.Группы должны быть зарегистрированы в городах, относящихся к регионам: городской округ Краснодар, Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край, городской округ Ростов-на-Дону. |  | 01.10.2015- 11.03.2016  |
| Контекстная реклама в поисковых системах Яндекс и Google.Геотаргетинг: городской округ Краснодар, Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край, городской округ Ростов-на-Дону.Низкочастотные запросы с использованием названия региона, упоминания активного отдыха, горнолыжных курортов в России. |  | 01.10.2015- 11.02.2016 |
| Размещение баннера на сайте **Ski.ru.** Формат: баннер на главной странице, размер 920х100 или 240х400  | 7 дней | 01.10-31.10.2015 |
| Размещение баннера на сайте **Ski.ru.** Формат: баннер на главной странице, размер 920х100 или 240х400  | 7 дней | 01.11-30.11.2015 |
| 1. **Отчет по итогам рекламной кампании**

Расчет эффективности рекламной кампании по следующим показателям.* 1. Экономическая эффективность:

Дополнительный турпоток под воздействием рекламы определяется по формуле: Тд = (Тс \* П \* Д) / 100 где Тд — дополнительный турпоток под воздействием рекламы, руб.; Тс — среднедневной турпоток до рекламного периода, руб.; П — прирост среднедневного турпотока за рекламный и послерекламный периоды, %; Д — количество дней учета турпотока в рекламном и послерекламном периодах. Для расчета экономического эффекта можно использовать следующую формулу: Э = (Тд \* Нт) / 100 – (Uр + Uд) где Э — экономический эффект рекламирования, руб.; Тд — дополнительный турпоток под воздействием рекламы, руб.; Нт — торговая надбавка на товар, в % к цене реализации; Uр — расходы на рекламу, руб.; Uд — дополнительные расходы по приросту товарооборота, руб. Заказчик предоставляет информацию за весь период ведения рекламной кампании по показателям: Тд, Тс, Нт, Uд.* 1. Рентабельность рекламы:

Отношение полученной прибыли к затратам. Она определяется по формуле: Р = (П \* 100) / U где Р — рентабельность рекламирования, %; П — прибыль, полученная от рекламирования, руб.; U — затраты на рекламу, руб. Заказчик предоставляет информацию за весь период ведения рекламной кампании по показателям П.* 1. Анализ охвата аудитории - Reach (n) = Reach(max) (1-(1-R/ Reach(max))n) , где n – это количество выходов рекламы, R – рейтинг носителя, Reach(max) – предельный охват носителя.
	2. Эффективность рекламного мероприятия или отдельного средства рекламы может выражаться числом потребителей, охваченных рекламой, а также величиной затрат на одного зрителя, читателя и т. п.
 |  | 12.03.2016 -31.03.2016 |