

ДОКУМЕНТАЦИЯ
ПО ПРОЦЕДУРЕ ЗАКУПКИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
№2025-1267268

г. Гродно

25.08.2025 года

1. Предмет закупки: **Бесконтактный умывальник**
Лот №1

Бесконтактный умывальник на 4 секции.
(Согласно заявке №6860 и техзаданию, см. файл заявка 6860 и техзадание)

2. Источник финансирования: собственные средства ОАО «Гродненский мясокомбинат»

3. Ответственное лицо за проведение процедуры маркетинговых исследований:
Специалист Шамрук Валерий Михайлович тел. +375 293553988, 8-0152-45-49-86

4. Срок поставки товара: предоставляется поставщиком.

5. Срок оплаты: в пределах **90 (девяноста) календарных дней с даты поставки товара на склад ОАО «Гродненский мясокомбинат».**

6. Стоимость предмета закупки:

6.1. валюта цены:

для резидентов Республики Беларусь:

белорусский рубль, если товар производства Республики Беларусь;

российский рубль, доллар США, евро, если товар иностранного производства (цена указывается только в одной из валют по усмотрению участника-резидента); (Участник обязан предоставить документы, подтверждающие иностранное происхождение товара (декларацию соответствия или сертификат происхождения или CMR). Копии представляемых документов должны быть заверены в установленном законодательством порядке.

для нерезидентов Республики Беларусь: белорусский рубль, российский рубль, доллар США, евро (цена указывается только в одной из валют по усмотрению участника-нерезидента);

6.2. валюта расчетов:

для резидентов Республики Беларусь:

белорусский рубль согласно предложению (если стоимость предложения сформирована в белорусских рублях);

российский рубль, доллар США, евро (если стоимость предложения сформирована в иностранной валюте). Расчеты в данном случае осуществляются в белорусских рублях по курсу Национального банка Республики Беларусь на день оплаты;

для нерезидентов Республики Беларусь: белорусский рубль, российский рубль, доллар США, евро;

6.3. внесение участниками предложений об изменении валюты цены и валюты расчетов не допускается;

6.4. стоимость товара должна включать расходы по доставке товара на склад покупателя.

7. Условия поставки: транспортом Поставщика и за его счет на склад ОАО «Гродненский мясокомбинат» г. Гродно, ул. Мясницкая, 25.

Предложения с иными условиями поставки не рассматриваются.

8. Гарантийный срок на товар (срок годности): предоставляется поставщиком.

9. Предложения участников предоставляются в срок до **11.00 часов 01.09.2025** года на электронную почту: **gmktender@grodnomk.by** с указанием в теме: «На процедуру маркетинговых исследований по закупке **Бесконтактный умывальник №2025-1267268**». **Внимание: ОБЯЗАТЕЛЬНО указывайте в теме письма номер процедуры закупки! Иначе предложение не будет рассмотрено.**

В случае отсутствия указанных в настоящем пункте пометок в предложении участника ОАО «Гродненский мясокомбинат» не несет ответственности за не

рассмотрение предложения. Предложение участника, поступившее в ОАО «Гродненский мясокомбинат» позже установленного настоящей документацией срока, не рассматривается.

Предложения участников, не соответствующие требованиям настоящей документации и проекту договора ОАО «Гродненский мясокомбинат» не рассматриваются и отклоняются.

10. Участник формирует предложение по процедуре маркетинговых исследований согласно форме, прилагаемой к настоящей документации.

11. Вместе с предложением участник должен предоставить: свидетельство о регистрации, сертификаты соответствия, дилерский сертификат (если есть), техническую документацию, декларацию соответствия или сертификат происхождения или CMR

12. Вместе с товаром участник должен предоставить: ТТН, тех. документацию.

Участник должен гарантировать, что в подтверждение надлежащего качества товара он обязуется предоставить качественные удостоверения производителя, сертификаты соответствия и удостоверения о государственной регистрации, если закупаемые товары подлежат в соответствии с законодательством государственной гигиенической регламентации и регистрации, а также обязательной сертификации.

13. ОАО «Гродненский мясокомбинат» имеет право провести дополнительную процедуру по снижению цен по маркетинговым исследованиям. Данная процедура предполагает **БЕЗ** предоставления участникам на их электронную почту информацию по наименьшей цене предложения (лота) без указания наименования фирмы, ее предложившей с предложением о ее снижении. Предложение участникам о процедуре снижения цен направляется на их электронную почту за 1 рабочий день до ее проведения.

14. Критерий по выбору победителя процедуры маркетинговых исследований: 14.1. наиболее низкая цена – 99 баллов;

14.2. наименьший срок поставки – 1 баллов.

Условную закупочную цену определять по нижеприведенной формуле:

$УслЗак = ЗАК_i \times (1 - ((ППК/100) \times (КДО/365)))$, где,

УслЗак = условная закупочная цена;

ЗАК_i – закупочная цена i-го участника без учета НДС;

ППК – проценты по кредиту (на первое число месяца);

КДО – количество дней отсрочки.

Баллы по критериям оценки рассчитывать по следующим формулам:

- Для критерия оценки – наиболее низкая цена:

$$\delta_i^a = \frac{a_{\min}}{a_i} \times \delta_a$$

где, δ_i^a – рассчитываемый вес критерия для i-го участника по критерию оценки;

$a_{\min}$ – минимальная из всех предложенных участниками цен, определенная по формуле УслЗак_i;

a_i – цена предложения рассчитываемого i-го участника, определенная по формуле УслЗак_i;

δ_a – удельный вес критерия для которого производится расчет.

- Для критерия оценки – наименьший срок поставки:

$$\delta_i^b = \frac{\delta_{\min}}{\delta_i} \times \delta_b$$

где,

δ_i – рассчитываемый вес критерия для i -го участника по критерию оценки;
 $\delta_{\min}$ – минимальный из всех предложенных срок поставки товара, дней;
 δ_i – срок поставки товара по предложению рассчитываемого i -го участника, дней;

δ_b – удельный вес критерия, для которого производится расчет.

Место участника определять по сумме набранных баллов путем сложения баллов по всем критериям. Максимальное количество баллов соответствует первому месту. Остальные места определять по мере убывания баллов. Победителем признавать участника, занявшего первое место, за исключением случаев, когда договоры заключаются со всеми участниками процедуры.

В случае отказа Победителя заключить договор с Обществом, договор заключается с участником, занявшим второе место.

Выбор победителя по процедуре маркетинговых исследований производится по итоговой стоимости каждого лота. Участник может участвовать как в одном из лотов так во всех лотах. **Участник должен обеспечить поставку всего объема лота (ов).**

15. ОАО «Гродненский мясокомбинат» имеет право не принимать решения о заключении договора (-ов) по маркетинговому исследованию по причине экономической нецелесообразности закупки.

16. Список организаций для рассылки по маркетинговому исследованию – **закупке Бесконтактный умывальник:**

- ЧТУП «Аромавкус»,
- ООО «БелЕвроТехникс»,
- ЗАО «Фисон»,
- ООО «Телвел Индастри Брест»,
- ООО «ЭкспансИнвест»
- ООО «Таврус Мет»
- ООО «Кепалас»
- ООО ВитРемСталь
- ООО "АгроПищеПром"
- ООО «БэрВисент»

17. ОКРБ: 28.93.3

18. <http://www.icetrade.by/tenders/all/view/1267268>

Специалист ОПБирП
Шамрук В.М.