

Приложение № _____
к протоколу заседания
Дирекции
ТОО «BV Management»
от _____ 2024 года
(протокол № _____)

Утверждены
решением Дирекции
ТОО «BV Management»
от _____ 2024 года
(протокол № _____)

Требования к маркетинговому отчету, предоставляемому в ТОО «BV Management»

1. Услуга по оценке маркетинговой (коммерческой) проработанности Проектов (далее – оценка маркетинговой (коммерческой) проработанности Проекта и (или) Маркетинговый отчет и (или) Маркетинговый анализ) приобретается Заявителем самостоятельно и за свой счет.
2. При выборе оценщика для проведения Маркетингового анализа Заявителю необходимо руководствоваться квалификационными требованиями, согласно Приложения №1.
3. Структура и содержание отчета по маркетинговому анализу, предоставляемая в ТОО «BV Management» (далее – Товарищество) должна соответствовать технической спецификации, согласно Приложения №2. (При этом Приложение №2 должен стать неотъемлемой частью договора, заключаемого между Заявителем и оценщиком, как указано в пункте 4).
4. Договор оказания экспертных услуг по инвестиционному проекту заключаемому между Заявителем и Оценщиком должен содержать следующее обязательное условие: «В соответствии с настоящим Договором Оценщик обязуется оказать Заказчику экспертные услуги оценки *маркетинговой (коммерческой) проработанности и (или) технической проработанности* Проекта и предоставить Заказчику Отчет в соответствии с технической спецификацией (Техническим заданием), указанным в Приложении №1 к Договору (далее – Услуги), а Заказчик обязуется после согласования с Товариществом маркетингового отчета принять и оплатить Услуги.»
5. При выборе оценщика Заявителем должен быть соблюден принцип независимости с целью исключения конфликта интересов. Признаки конфликта интересов:
 - 1) оценщик является аффилированным лицом по отношению к Заявителю в соответствии с законодательством Республики Казахстан;
 - 2) если ранее оценщиком было предоставлено заключение для реализации Проекта на начальной стадии (например, если компания, осуществляла разработку бизнес-плана Проекта, то в последующем не может осуществлять оценку маркетинговой (коммерческой) проработанности Проекта);
 - 3) оценщик имеет заинтересованность (прямую или косвенную) в реализации Проекта (к примеру, является или имеет отношение к поставщику товаров (в т.ч. нематериальных), работ и услуг);
 - 4) иные ситуации конфликта интересов в соответствии с законодательством Республики Казахстан.
6. По результатам предварительного рассмотрения заявки Заявителя на уполномоченном органе Товарищества при необходимости могут быть внесены дополнительные требования к маркетинговому отчету.

Приложение №1
к Требованию к маркетинговому
отчету, предоставляемому в
ТОО «BV Management»

**Квалификационные требования к организации, оказывающей экспертную услугу
маркетингового анализа**

	Требование	Подтверждающие документы
1	опыт работы организации или головной (материнской) организации не менее 3 (трех) лет	<ul style="list-style-type: none"> - копия устава специализированной организации; - документ, подтверждающий факт государственной регистрации специализированной организации в качестве юридического лица (на основании сведений, сформированных сайтом электронного правительства Республики Казахстан (egov.kz) либо из выписок с публичных реестров/иных официальных документов аналогичного характера (для нерезидентов РК).
2	наличие у организации не менее 3 (трех) специалистов-экспертов – штатных или привлекаемых на постоянной основе, имеющих соответствующую квалификацию и исследовательский и (или) научный опыт работы в области исследования отраслевых/товарных рынков в соответствующей индустрии (индустрия определяется на уровне второго знака ОКЭД) не менее 5 (пяти) лет	<ul style="list-style-type: none"> - резюме с раскрытием опыта в области исследования отраслевых/товарных рынков в соответствующей индустрии; - копии документов о высшем образовании и (или) академической и (или) ученой степени специалиста; - копии документов, подтверждающих договорные/трудовые правоотношения специалиста со специализированной организацией (справка с места работы, приказ, трудовой договор/договор); - информация по подготовленным исследовательским работам отраслей/товарных рынков в соответствующей отрасли, со ссылками на публикации при наличии.
3	<p>опыт привлечения и (или) наличие действующей договоренности с узкопрофильным отраслевым специалистом с рекомендуемым опытом работы не менее 5 (пяти) лет в течение последних 7 (семи) лет в области сбыта (маркетинга) готовой продукции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в соответствующей индустрии (индустрия определяется на уровне второго знака ОКЭД); 	<ul style="list-style-type: none"> - резюме; - копии документов о высшем образовании и (или) академической и (или) ученой степени узкопрофильного отраслевого специалиста; - копии документов, подтверждающих договорные/трудовые правоотношения специалиста со специализированной организацией (справка с места работы, приказ, трудовой договор/договор);

	- в среднем или крупном предприятии согласно Классификатору размерности	
4	предприятий по численности занятых (КРП)	- информация о наличии действующего членства в экспертных общественных организациях в соответствующей отрасли, при наличии.
5	наличие у организации не менее 3 (трех) реализованных проектов по маркетинговому анализу в соответствующей индустрии (индустрия определяется на уровне второго знака ОКЭД)	- копии извлечений/выдержек из подготовленных исследовательских работ и публикаций в соответствующей индустрии, раскрывающих охват проработанных вопросов и итоговые выводы; - копии документов, подтверждающих подготовку маркетинговых исследований, с соблюдением норм законодательства Республики Казахстан (извлечения/выдержки из актов выполненных работ и договоров, и т.п.).
6	наличие у организации не менее 3 (трех) рекомендательных писем от действующих компаний по проведенным маркетинговым исследованиям в соответствующей отрасли	- рекомендательные письма по подготовленным маркетинговым исследованиям в соответствующей индустрии, в том числе, при наличии, рекомендательные письма в рамках проектов, представленных для подтверждения опыта реализации проектов по маркетинговому анализу, а также отчетов, подготовленных в ходе сотрудничества и/или взаимодействия с Товариществом.

Техническая спецификация (техническое задание) по маркетинговому анализу

1. Маркетинговый анализ включает в себя:

Содержание Маркетингового анализа

1) общие сведения о Заявителе (далее – Заказчике) и Оценщике:

- наименование Заказчика; наименование Оценщика;
- сведения об аффилированности Заказчика и Оценщика;
- информация об опыте совместной деятельности Заказчика и Оценщика;
- сведения об узкопрофильном отраслевом специалисте, привлекаемом Оценщиком, в том

числе:

- информация о положительном (успешном) опыте работы по продвижению готовой продукции на целевых рынках – идентично заданным в бизнес-плане Проекта параметрам;
- информация по оценке иных организаций вклада (эффективности) узкопрофильного отраслевого специалиста в обеспечении увеличения занимаемой рыночной доли готовой продукцией организации;
- информация о реализации мероприятий, направленных на увеличение конкурентоспособности готовой продукции иной организации по отношению к продукции конкурентов;

2) документы, на основании которых был подготовлен Маркетинговый анализ:

- договор на оказание услуг (приложить копию к отчету Маркетингового анализа);
- технико-экономическое обоснование (бизнес-план) Проекта;
- договоры/контракты/иные соглашения, заключаемые в рамках реализации Проекта; иные документы, имеющие отношение к отчету Маркетингового анализа;

3) предмет Маркетингового анализа: маркетинговая (коммерческая) обоснованность, оценка проработанности маркетинговой (коммерческой) части Проекта, оценка коммерческих рисков Проекта.

2. Структура Маркетингового анализа

1) общая часть Маркетингового анализа:

- термины, определения и сокращения;
- принятые допущения;
- примененные методики исследования по Проекту;
- источники использованной информации;
- состав экспертов (штатных и привлекаемых), задействованных в исследовании/оценке, с указанием сведений об образовании, наличии опыта, контактные данные;

2) оценка качества представленной документации для проведения Маркетингового анализа:

- оценка соответствия предоставленной Заказчиком документации требованиям, установленным ТОО «BV Management» (далее – Товарищество), требованиям к составлению бизнес-плана, технико-экономического обоснования Проекта;
- оценка полноты представленных для оценки исходных документов и т.д.;

3) оценка рынка основных видов сырья:

- оценка тенденции в отрасли, сложившихся проблем на рынке и необходимые меры поддержки со стороны государства;
- отражение информации о необходимых для производственного процесса основных сырьевых компонентах, об их основных источниках;

- анализ закупочной цены единицы сырьевого компонента и/или услуги (анализ цен на рынке сырьевого компонента и/или услуги),
- ценообразование (указать факторы, влияющие на ценообразование);
- оценка необходимого объема закупа основного сырьевого компонента и/или услуги в год, в натуральном выражении;
- оценка доступности основных видов сырья на основе:
 - выявленных тенденций (динамики) в производстве, экспорте-импорте и потреблении данных видов сырья, а также динамики внутренних и внешних цен;
 - учета деятельности основных производителей и поставщиков на рынке, их инвестиционных планов и др.;
 - учета основных потребителей, объемов потребления, их долей на рынке, инвестиционных планов (модернизация /увеличение производственных мощностей, и т.д.) и др.;
 - наличия/потенциала развития товаров заменителей;
- анализ спроса и предложения на рынке основных видов сырья (в натуральном выражении):

Период	Факт Y-5	Факт Y-4	Факт Y-3	Факт Y-2	Факт Y-1	Факт Текущий период (Y)	Прогноз Y+1	Прогноз Y+2 и т.д.
Производство								
Импорт								
Экспорт								
Потребление								

Необходимо указать источник информации.

- анализ спроса и предложения на рынке основных видов сырья (цена за единицу):

Период	Факт Y-5	Факт Y-4	Факт Y-3	Факт Y-2	Факт Y-1	Факт Текущий период (Y)	Прогноз Y+1	Прогноз Y+2 и т.д.
Производство								
Импорт								
Экспорт								
Потребление								

Необходимо указать источник информации.

- предоставление информации о поставщиках сырья и материалов в рамках планируемого Проекта. Раскрытие ТОП 5 поставщиков (опыт работы, доля на рынке и др.);
- анализ достаточности сведений о поставщиках, участвующих в Проекте и их способности выполнить обязательства по договорам/контрактам/иным соглашениям, заключаемым в рамках реализации Проекта;
 - представление прогнозируемых изменений спроса и предложения основных видов сырья;
 - представление обоснованного прогноза по ценам на основные виды сырья на каждый год реализации Проекта;
 - приведение информации о программе снабжения производства основными видами сырья на каждый год реализации Проекта;
 - оценка программы снабжения производства основными видами сырья в натуральном и стоимостном выражении, с учетом ценообразования, порядка расчетов, транспортировки, существующих тарифных и нетарифных барьеров и др.;
 - на основе проведенной оценки отражение своего обоснованного прогноза выполнимости заявленной в Проекте программы снабжения производства основными видами сырья;

- оценка рисков необеспеченности сырьем, увеличения стоимости сырья и энергоносителей и др.;
- отражение имеющихся замечаний, оценка коммерческой проработанности рынков сырья и рекомендации по устранению замечаний;
- оценка достоверности предоставленных договоров/контрактов/иных соглашений на закуп основных видов сырья;
- оценка процедуры выбора поставщиков по Проекту, применяемые методы закупок;
- анализ логистики и транспортных издержек при закупе сырьевого компонента и/или услуг.

- Выводы по разделу. Отражение имеющихся замечаний, оценка маркетинговой (коммерческой) проработанности Проекта на закуп сырья, правильности выбранных решений, риска по Проекту и рекомендаций по устранению замечаний, в том числе по приемлемым условиям заключения договоров/контрактов/иных соглашений;

4) оценка рынка продукции/услуг, планируемого к производству/предоставлению в рамках Проекта:

- анализ отрасли (цикличность, сезонность, волатильность, смежность и зависимость от ситуации в другой отрасли и пр.), анализ основных факторов, влияющих на объемы спроса и предложения в отрасли;

- оценка тенденции в отрасли, сложившихся проблем на рынке и необходимые меры поддержки со стороны государства, уязвимость перед экономическими циклами и кризисными явлениями;

- отражение информации о планируемой к выпуску продукции/услуг, номенклатуре, производственных мощностей;

- оценка спроса и предложения на продукцию/услуги (емкость рынка), в том числе в региональном разрезе, на основе:

выявленных тенденций (динамики) в производстве, экспорте-импорте и потреблении данных видов продукции/услуг, а также динамики внутренних и внешних цен;

учета деятельности и конкурентоспособности основных производителей и поставщиков на рынке, их инвестиционных планов (модернизация/увеличение производственных мощностей и т.д.) и др.;

учета основных потребителей, объемов потребления, их долей на рынке, инвестиционных планов и др.;

оценки конкурентоспособности и привлекательности выпускаемой/планируемой к выпуску Заказчиком продукции/услуг по Проекту в сравнении с аналогичными продуктами/услугами на рынке, анализ основных факторов, влияющих на конкурентоспособность выпускаемой/планируемой к выпуску Заказчиком продукции/услуг; наличия/потенциала развития товаров заменителей;

- оценка риска снижения спроса на выпускаемую/планируемую к выпуску Заказчиком продукции/услуг в связи с моральным «устареванием» продукции и появлением новых продуктов-заменителей; анализ спроса на рынке готовой продукции (в натуральном выражении):

Период	Факт Y-5	Факт Y-4	Факт Y-3	Факт Y-2	Факт Y-1	Текущий период (Y)	Прогноз Y+1	Прогноз Y+2 и т.д.
Производство								
Импорт								
Экспорт								
Потребление								

Необходимо указать источник информации.

- анализ спроса и предложения готовой продукции (цена за единицу):

Период	Факт Y-5	Факт Y-4	Факт Y-3	Факт Y-2	Факт Y-1	Текущий период (Y)	Прогноз Y+1	Прогноз Y+2 и т.д.
Производство								
Импорт								
Экспорт								
Потребление								

Необходимо указать источник информации.

- указание прогноза относительной доли рынка на предполагаемый период финансирования;

- оценка возможности диверсификации продуктовой линейки;

- оценка транспортного плеча продукции т.е. расстояние транспортировки, при котором продукция может оставаться в ценовой конкурентоспособности;

- оценка компетентности источников информационных ресурсов, актуальность и достоверность информационных данных;

- оценка рисков Проекта по сбыту, росту конкуренции и др.;

- оценка экспортного потенциала готовой продукции и возможности выхода на внешние рынки;

- оценка регуляторных требований к выпускаемой/планируемой к выпуску Заказчиком продукции/услуг на рынках сбыта- лицензирование, сертификация и т.д.;

- оценка наличия/отсутствия ограничений для входа новых участников рынка (далее – игроков рынка), анализ риска вхождения нового бренда на рынок, в особенности для проектного финансирования и start-up.

- Выводы по разделу. Отражение имеющихся замечаний, оценка маркетинговой (коммерческой) проработанности рынка продукции/услуг, правильности выбранных решений, риска по Проекту и рекомендации по устранению замечаний;

5) сравнение Проекта с основными участниками рынка готовой продукции:

- отражение информации об основных игроках рынка:

	Игрок 1	Игрок 2	Игрок 3	Игрок 4	Игрок 5	Заказчик
Местоположение (город, область, страна)						
Производственные мощности						
Объем продаж за последний финансовый год						
Средняя стоимость за единицу продукции						
Доля рынка по продажам						
Объем продаж за последний финансовый год (в денежном выражении)						

Средняя стоимость продукции						
Себестоимость						
Рентабельность по валовой прибыли (%)						
Рентабельность по операционной прибыли до выплаты налогов, вознаграждения и амортизации (ЕБИТДА) (%)						
Рентабельность по чистой прибыли (%)						
Доля рынка по продажам						

Необходимо указать источник информации.

- конкурентные преимущества и недостатки Проекта:

Ключевые компетенции	Описание	Возможности	Угрозы	Сильные стороны	Слабые стороны

Необходимо указать источник информации.

- отражение наличия/отсутствия преимуществ планируемого к использованию технологического оборудования перед конкурентами (если «да», описать);

- отражение информации об аналогичных Проектах:

Показатель	Проект №1	Проект №2	Проект №3	Проект №4	Проект №5
Наименование Проекта					
Месторасположение					
Вложенные инвестиции					
Год ввода в эксплуатацию					
Производственные мощности					
Загруженность производственных мощностей по итогам последних трех лет (%)	Год 1: Год 2: Год 3:				

Объем продаж за последний финансовый год (в натуральном выражении)					
Объем продаж за последний финансовый год (в денежном выражении)					
Средняя стоимость продукции					
Себестоимость					
Рентабельность по валовой прибыли (%)					
Рентабельность по операционной прибыли до выплаты налогов, вознаграждения и амортизации (ЕБИТДА) (%)					
Рентабельность по чистой прибыли (%)					
Доля рынка по продажам					

Необходимо указать источник информации.

- отражение роли регулятора (государственных регулирующих органов), к примеру, в ценообразовании;
- SWOT- анализ Проекта;

б) оценка торговых взаимоотношений производителя и конечного потребителя:

- раскрытие сути существующих торговых схем от производителя до конечного потребителя готовой продукции и сырья, как на внутреннем (в том числе региональном разрезе), так и на внешних рынках;

- отражение информации о трейдинговых компаниях, специфики их бизнеса с учетом сезонности, географической направленности, масштабности и т.д.;

- оценка существующих и планируемых Заказчиком транспортно-логистических схем доставки сырья и готовой продукции.

- оценка затрат, связанных с доставкой сырья и готовой продукции (транспортировка, хранение, логистика, налогообложение, сертификация и т.д.);

- оценка проработанности и плана Заказчика по построению торговых схем, как на внутреннем, так и на внешних рынках;

- оценка возможных препятствий в существующих и планируемых торговых схемах;

7) оценка контрактной проработанности Проекта:

- оценка контрактной проработанности сбыта продукции/услуг.

- анализ структуры продаж. Отражение информации о потребителях/покупателях готовой продукции. Раскрытие ТОП 5 потребителей. Портрет конечного потребителя;

- анализ достаточности сведений о покупателях, участвующих в Проекте и их состоятельность;
- оценка достоверности предоставленных договоров/контрактов/иных соглашений на сбыт готовой продукции;
- оценка рисков влияния условий договоров/контрактов/иных соглашений на сбыт готовой продукции на финансовую реализуемость Проекта;
- отраслевые особенности в части маркетинга, схемы реализации продукции, присущие отрасли.

- Вывод по разделу. Отражение имеющихся замечаний, оценка контрактной проработанности Проекта на сбыт готовой продукции, правильности выбранных решений, риска по Проекту и предложение рекомендаций по устранению замечаний, в том числе по приемлемым условиям заключения договоров/контрактов/иных соглашений;

8) оценка маркетинговой программы/стратегии Проекта:

- объем сбыта готовой продукции и/или предоставления услуги в год, в натуральном выражении;
- анализ ценообразования и указать факторы, влияющие на ценообразование;
- приведение графической корреляции с отражением выводом наличия/отсутствия зависимости, временных лагов между изменением цены на сырье и цены на выпускаемую/планируемую к выпуску Заказчиком продукции/услуг;
- оценка правильности выбора целевых рынков сбыта, либо сегментов рынка (конкретных групп потребителей);
- оценка эффективности выбранных каналов сбыта продукции/услуг;
- оценка план мероприятий по снижению влияния экономического кризиса;
- краткое описание программы сбыта основной готовой продукции и контрактной проработанности;
- оценка обоснованности бюджета маркетинговой программы/стратегии;
- выявление и оценка рисков, связанных с маркетинговой программой/стратегией;
- выводы, замечания и рекомендации;

9) оценка влияния Проекта на социально-экономические показатели:

- оценка изменения показателя производительности труда:

для Инвестиционных проектов проводится сравнение среднегодового показателя производительности труда за последние 3 (три) года до начала реализации Инвестиционного проекта с соответствующим планируемым показателем на последующие 5 (пять) лет после реализации Инвестиционного проекта; так же осуществляется сравнение ожидаемого среднегодового показателя производительности труда на предприятии на последующие 5 (пять) лет после реализации Инвестиционного проекта в случае предоставления финансовых инструментов Товарищества с соответствующим показателем в случае заимствования на рыночных условиях (без участия Товарищества);

Расчет производительности труда осуществляется по следующей формуле: производительность труда на предприятии рассчитывается, как отношение ВДС (валовой добавленной стоимости) к численности производственного персонала, созданной на предприятии в рамках Проекта:

$$P = \frac{Y - (PC - A)}{Em}$$

где P—производительность, Y—объем производства в денежном выражении за отчетный год (млн. тенге.), PC—объем производственных расходов за отчетный год (за исключением заработной платы производственного персонала) (млн. тенге.), A—объем амортизационных отчисления за отчетный год (млн. тенге.), Em—численность производственного персонала, созданная/сохраненная в рамках реализации Проекта за отчетный год (чел.).

Проводится также сравнение с актуализированными показателями производительности труда на аналогичных предприятиях в странах Организации экономического сотрудничества и

развития, с показателями производительности труда на аналогичных предприятиях в Казахстане, а также со средними показателями производительности труда по отрасли в целом; оценка изменения себестоимости:

для Инвестиционных проектов проводится сравнение среднегодового показателя себестоимости за последние 3 (три) года до начала реализации Инвестиционного проекта с соответствующим планируемым показателем на последующие 5 (пять) лет после реализации

Инвестиционного проекта; так же осуществляется сравнение ожидаемого среднегодового показателя себестоимости на последующие 5 (пять) лет после реализации Инвестиционного проекта;

- оценка изменения объема экспорта:

проводится сравнение среднегодового объема экспорта за последние 3 (три) года до начала реализации Проекта с соответствующим планируемым показателем на последующие 5 (пять) лет после реализации Проекта;

- оценка изменения объема налоговых платежей:

для Инвестиционного проекта проводится сравнение среднегодового объема налоговых платежей за последние 3 (три) года до начала реализации Инвестиционного проекта и с соответствующим планируемым показателем на последующие 5 (пять) лет после реализации

Инвестиционного проекта;

- оценка изменения численности производственного персонала:

для Инвестиционного проекта проводится сравнение среднегодового показателя численности производственного персонала за последние 3 (три) года до начала реализации Инвестиционного проекта с соответствующим планируемым показателем на последующие 5

(пять) лет после реализации Инвестиционного проекта;

- оценка изменения доли казахстанского содержания в общей стоимости выпускаемой продукции/оказанных услуг:

для Инвестиционных проектов проводится сравнение среднегодового показателя доли казахстанского содержания в общей стоимости выпускаемой продукции/оказанных услуг за последние 3 (три) года до начала реализации Инвестиционного проекта с соответствующим планируемым показателем на последующие 5 (пять) лет после реализации Инвестиционного проекта;

10) проектные риски (по каждому из рисков необходимо указать мероприятия по их управлению, снижению и устранению):

- выявление основных проектных рисков по маркетинговой (коммерческой) части Проекта, отражение степени их влияния на Проект;

- оценка основных проектных рисков по маркетинговой (коммерческой) части Проекта:

- отраслевые риски;

- обеспеченность сырьем;

- условия транспортировки сырья, транспортно-логистический риск;

- риски увеличения/волатильности стоимости сырья, энергоносителей, вспомогательных материалов и т.п.;

- риск перепроизводства или невозможности сбыта продукции, риск снижения объемов реализации продукции;

- ценовой риск, снижение стоимости продукции;

- потеря качества продукции;

- условия транспортировки продукции, транспортно-логистический риск;

- уровень конкуренции;

- система маркетинга на предприятии;

- риск волатильности/снижения спроса на продукцию;

- наступление форс-мажорных обстоятельств и др. коммерческие риски;

- оценка степени проработанности Заказчиком мероприятий, направленных на управление возможными по Проекту маркетинговыми (коммерческими) рисками;

11) выводы:

обобщение выводов, замечаний и рекомендаций, и оценка в целом маркетинговой (коммерческой) проработанности Проекта;

- все выводы, замечания, предложения и рекомендации, указываемые в отчете оценки маркетинговой (коммерческой) проработанности Проекта, должны быть основаны на достоверных и актуальных данных, сопровождаться ссылками на источник и/или иметь подтверждающие документы;

- изложение выводов, замечаний и рекомендаций должно быть ясным и однозначным во избежание двусмысленного либо спорного толкования.

11-1) экспертное мнение узкопрофильного отраслевого специалиста:

- о выводах, замечаниях и рекомендациях Оценщика и в целом об отчете маркетингового анализа маркетинговой (коммерческой проработанности) Проекта;

- о выполнимости программы сбыта готовой продукции и занятия рыночной ниши на целевых рынках;

- о рисках по Проекту;

- о контрактной проработанности и маркетинговой стратегии Проекта.

3. Маркетинговый анализ должен отвечать принципам независимости и целостности отчета. Ключевым условием маркетингового анализа является получение всесторонней, справедливой и объективной оценки маркетинговой (коммерческой) проработанности Проекта.

4. При выполнении Маркетингового анализа Оценщик должен обеспечить предоставление документов к отчету Маркетингового анализа, а также все необходимые материалы, включая схемы, диаграммы, графики, чертежи, список используемой литературы, источники, резюме экспертов и т.д.

5. Информация, отражаемая Оценщиком в отчете Маркетингового анализа, должна предоставляться со ссылкой на источник. При этом информация должна быть официальной, достоверной и актуальной.

6. Исторические данные по рынкам основных видов сырья, продукции/услуг, а также прогнозные данные по указанным рынкам, должны охватывать период сроком не менее 5 (пять) лет. Выводы, замечания и рекомендации должны быть ясными и однозначными, во избежание двусмысленного либо спорного толкования.

7. При выполнении/составлении отчета Маркетингового анализа, Оценщик должен придерживаться следующих принципов:

1) **краткость:** написание предложений кратко и по существу; избежание повторений информации по всему тексту отчета Маркетингового анализа; избежание неуместной и устаревшей информации в отчете Маркетингового анализа;

2) **четкость:** использование общепринятых выражений (например, избежание необычных сокращений или внутренних особенностей как наименования или местоположения, требующие объяснений для стороннего читателя); предоставление информации в структурированной форме;

- проверка согласованности данных, представленных в отчете Маркетингового анализа (например, не следует смешивать разные валюты, данные необходимо всегда конвертировать в «тысячи тенге»/ «ТКЗТ», с указанием курса конвертации);

- использование формата подачи информации для усиления четкости (например, путем использования таблиц, графиков, схем и опций форматирования: жирный шрифт, нижнее подчеркивание и т.д.);

3) **критичность:** информация по рынкам должна подтверждаться выдержками из официальных вебсайтов (комитет по статистике, сайты по анализу отраслей/рынков, биржевые сайты); не рекомендуется копировать и вставлять информацию из вебсайтов/годовых отчетов/электронных адресов и прочего, заключений внешних экспертов, бизнес-планов. Необходимо изложить ее в контексте; не рекомендуется копировать то, что указано в таблицах/финансовых отчетах, необходимо прокомментировать фундаментальные причины основных изменений.

8. При корректировке маркетинговой оценки Оценщику необходимо аргументировано и в полном объеме ответить на все возможные вопросы Заказчика и Товарищества, а также предоставить убедительное обоснование по внесенным корректировкам (по требованию Заказчика письменно).

9. Результаты и сроки оказания услуг:

9.1. Результатом оказания услуги является маркетинговый анализ.

9.2. Маркетинговый анализ составляется на русском языке (по запросу Заказчика на английском языке) и предоставляется на электронном и бумажном носителе в 2 (двух) экземплярах по местонахождению Заказчика с сопроводительным письмом.

9.3. Маркетинговый анализ должен соответствовать следующим требованиям:

a) не допускать неоднозначного толкования;

b) описывать ясную цель и объем проведенных исследований для получения результата;

c) включать описание анализируемой информации и данных использованных подходов к оценке и процедур оценки, а также рассуждения в обоснование анализа, мнений и заключений, содержащихся в Отчете;

d) содержать иные сведения необходимые для полного и однозначного толкования результата проведенной оценки маркетингового анализа;

e) включать фамилию, имя, отчество (в случае наличия), профессиональную квалификацию и подпись Оценщика скрепленной печатью.

10. Маркетинговый анализ пронумеровывается, прошнуровывается, подписывается Оценщиком, скрепляется его печатью и визируется полностью.