

D ô v o d o v á s p r á v a

k Marketingovej stratégii Košického samosprávneho kraja

Marketingová stratégia Košického samosprávneho kraja má ponúknuť usporiadaný marketingový postup KSK za účelom vlastnej prezentácie prostredníctvom vyberú vhodných metód a foriem propagácie adekvátnych cieľových skupín s cieľom informovania i vytvárania pozitívneho obrazu vo vedomí občanov i odbornej verejnosti.

Pre zabezpečenie transparentnosti a regulárnosti súťaže navrhujeme, aby vypracovanie Marketingovej stratégie KSK sme realizovali formou obchodnej verejnej súťaže v súlade s § 281 až § 288 Obchodného zákonníka. Návrh súťažných podmienok je uvedený nižšie.

V zmysle ustanovení § 5 ods. 3 a § 8 ods. 2 Pravidiel obchodných verejných súťaží Košického samosprávneho kraja, Zastupiteľstvo schvaľuje vyhlásenie súťaže, podmienky súťaže a navrhuje väčšinu členov komisie z radov poslancov.

Súťažné podmienky obchodnej verejnej súťaže a návrh zmluvy o dielo na: „Vypracovanie Marketingovej stratégie Košického samosprávneho kraja“

1. Výsledkom obchodnej verejnej súťaže bude uzavretie zmluvy o dielo, na vypracovanie Marketingovej stratégie KSK, ktorá bude uzavretá v súlade s príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka.
2. Vyhlasovateľ: Košický samosprávny kraj
Sídlo: Námestie Maratónu mieru č. 1, 042 66 Košice
Zastúpený: JUDr. Zdenkom Trebulom, predsedom
Bank. spojenie: Štátna pokladnica
Číslo účtu: 7000186505/8180
IČO: 35541016
3. **Účelom Marketingovej stratégie** Košického samosprávneho kraja (ďalej KSK) je dlhodobé vytváranie pozitívneho obrazu KSK vo vedomí občanov i odbornej verejnosti. Marketingová stratégia má ponúknuť usporiadaný marketingový postup, pomocou ktorého samosprávny kraj dosiahne marketingové ciele. Má zahŕňať špecifické stratégie pre cieľové skupiny, marketingový mix a úroveň marketingových výdavkov. Komunikačná stratégia KSK smeruje **k hlavným záujmovým skupinám občanov, obyvateľom KSK a médiám**, ktoré sú hlavným sprostredkovateľom informácií. Záujmom KSK je však propagovať a prezentovať pozitívny obraz aj voči **d'alším segmentom trhu**, ktorými sú:
 - dôležité inštitúcie pôsobiace na území kraja a aj mimo neho,
 - ústredné inštitúcie,
 - potenciálni investori,
 - turisti a návštevníci kraja,
 - podnikatelia.

Úlohou vybraného účastníka súťaže s názvom: „Vypracovanie Marketingovej stratégie Košického samosprávneho kraja“ bude:

- a) identifikovať a pomenovať cieľové skupiny na ktoré by mal obsah Marketingovej stratégie KSK pozitívne vplývať za účelom šírenia pozitívneho obrazu o regióne KSK.
- b) po podpise zmluvy o dielo s vybraným účastníkom súťaže, rozpracovať stratégiu do takých podrobností, aby z nej bolo jasné, aké aktivity je potrebné realizovať, stano-

viť časový harmonogram ich realizácie a stanoviť predpokladanú výšku nákladov na dosiahnutie jednotlivých čiastkových cieľov stratégie.

Ďalším cieľom Marketingovej stratégie KSK je vytvorenie kvalitnej komunikačnej kultúry, vo vzťahu k identifikovaným skupinám, ktoré by sme mali nepretržite oslovovať a mobilizovať.

Výstupy Marketingovej stratégie KSK – dokument obsahujúci najmä:

- c) identifikáciu cieľových skupín,
- d) návrh prezentačných foriem
- e) návrh propagačných materiálov
- f) vizuálny manažment a masmediálna komunikácia
- g) a ďalšie podľa návrhu vybraného účastníka súťaže

Súťažný návrh má riešiť najmä **základné princípy Marketingovej stratégie KSK** na trojročné obdobie v rozsahu maximálne 5 normostrán. Súčasťou riešenia má byť aj predstavenie štruktúry výsledného dokumentu, popis metodológie, návrh jedného akčného plánu na dosiahnutie vytýčených marketingových cieľov a merateľné indikátory úspešnosti stratégie v rozsahu maximálne 5 normostrán (súťažný návrh bude obsahovať spolu 10 normostrán).

Vyhlasovateľ súťaže prijme vybraný návrh a následne podpíše zmluvu o dielo na: „Vypracovanie Marketingovej stratégie Košického samosprávneho kraja“.

Vyhlasovateľ si vyhradzuje právo odmietnuť všetky predložené návrhy, ak obsah a rozsah návrhov sa odchyľuje od vyhlásených podmienok súťaže.

4. **Navrhovateľ predloží návrh Marketingovej stratégie** podľa bodu č. 3 v písomnej forme a v slovenskom jazyku.
5. **Kritéria na vyhodnotenie návrhov:**
 - a) komplexná kvalita návrhu (štruktúra navrhovaného riešenia, reálnosť a realizovateľnosť navrhutej marketingovej stratégie, merateľnosť indikátorov výsledku a dopadu) max. počet bodov 35
 - b) kreativita návrhu (nápaditosť, inovatívnosť riešenia strategickej časti marketingovej stratégie) max. počet bodov 30
 - c) najnižšia celková cena marketingovej stratégie vrátane DPH v Sk max. počet bodov 25
 - d) metodológia (popis a využitie analytických metód potrebných pre spracovanie marketingovej stratégie) max. počet bodov 10

Kritériá hodnotenia sú zoradené podľa hierarchie v poradí od kritéria s najvyššou dôležitosťou po najnižšiu.

6. Maximálna cena na spracovanie Marketingovej stratégie je 500 000,- Sk s DPH. Maximálna doba na spracovanie stratégie je 4 mesiace od podpísania zmluvy.
7. Podmienky účasti a požadované doklady ako dôkazné prostriedky:
 - a) každý navrhovateľ môže podať iba jeden návrh. V prípade, že navrhovateľ podá viac návrhov, budú všetky jeho návrhy vylúčené zo súťaže.

Právnická osoba a fyzická osoba – podnikateľ súčasne predloží originál alebo overenú kópiu dokladu, na základe ktorého podniká, nie starší ako 3 mesiace. Ďalej doklady o splnení si finančných povinností voči štátu (daňový úrad, sociálna poisťovňa, zdravotné poisťovne).

Fyzická osoba – nepodnikateľ súčasne predloží súhlas pre Úrad KSK na spracovanie osobných údajov v zmysle platnej právnej úpravy na ochranu osobných údajov pre potreby vyhotovenia zmluvy o dielo

- b) vyhlásenie navrhovateľa o pravdivosti a úplnosti všetkých dokladov a údajov,
 - c) vyhlásenie navrhovateľa, že súhlasí s podmienkami určenými vyhlasovateľom, podpísané navrhovateľom alebo osobou oprávnenou konať za navrhovateľa,
 - d) odbornú spôsobilosť a skúsenosti v oblasti predmetu výzvy; preukazuje:
 - zoznamom referencií o podobných alebo rovnakých plneniach realizovaných v priebehu posledných troch kalendárnych rokov, s uvedením mena a adresy vyhlasovateľa, dátumu realizácie, mena alebo názvu firmy a tel. č. kontaktnej osoby, kde si informáciu môžeme overiť; výhodou je zmluva na podobné alebo rovnaké plnenia s klientom typu samosprávny kraj, mesto, mestská časť alebo obec;
 - zoznamom pracovníkov s údajmi o vzdelaní a odbornej praxi pracovníkov, ktorí sa budú podieľať na realizácii plnenia zmluvy; požaduje sa vzdelanie v oblasti reklamy, marketingu a podnikového manažmentu, žurnalistiky alebo minimálne tri roky praxe v danej oblasti;
 - e) v prípade, ak navrhovateľ nemá vlastné kapacity na časť plnenia, vyžaduje sa písomné potvrdenie o partnerstve s iným subjektom a jeho referencie v danej oblasti alebo predloženie zmluvy o budúcej zmluve s partnerom/mi, ktorý bude realizovať časti plnenia v subdodávke a jeho referencie v danej oblasti.
8. Návrh musí byť doručený v zalepenej obálke, označenej heslom „*Neotvárať – súťaž – Marketingová stratégia Košického samosprávneho kraja*“ osobne alebo do podateľne poštou na adresu:

Úrad Košického samosprávneho kraja
Námestie Maratónu mieru č.1
042 66 Košice

v termíne do **1. 3. 2007 do 12:00 hod.** (posledný deň prijímania návrhov).

Rozhodujúci je dátum uvedený na podacej pečiatke podateľne vyhlasovateľa súťaže. Do súťaže bude zahrnutý len ten návrh, ktorý bol predložený v stanovenom termíne a ktorého obsah zodpovedá uverejneným podmienkam verejnej obchodnej súťaže. Návrh predložený po stanovenej lehote nebude zaradený do súťaže a bude navrhovateľovi vrátený neotvorený.

Možnosť podania súťažného návrhu
do podateľne vyhlasovateľa:

Pondelok	7:30 – 15:00
Utorok	7:30 – 15:00
Streda	7:30 – 16:00
Štvrtok	7:30 – 15:00
Piatok	7:30 – 14:00

Navrhovateľ môže predložený návrh dodatočne doplniť, zmeniť alebo odvolať len v čase do uplynutia lehoty stanovenej na podávanie návrhov.

Súťažný návrh predložený účastníkom súťaže/navrhovateľom musí obsahovať dve časti vložené do jedného obalu, a to:

- Prvá časť návrhu – časť „A“ bude v zalepenej obálke s označením „A- návrh riešenia“ a bude obsahovať súťažný návrh,
- Druhá časť návrhu – oficiálna časť „B“ s označením „B- Doklady“, podľa bodu č. 7.

9. Vyhlasovateľ menuje na vyhodnotenie predložených návrhov komisiu, ktorá je spôsobilá vyhodnocovať predložené návrhy, ak je prítomná nadpolovičná väčšina jej členov. Členov komisie menuje predseda KSK. Každý predložený návrh hodnotí každý člen komisie individuálne, ktorý na základe svojho hodnotenia ohodnotí každé kritérium počtom bodov.
10. Otváranie obálok a vyhodnotenie súťažných návrhov sa uskutoční v sídle vyhlasovateľa na neverejnom zasadnutí komisie.
11. Pri výbere najvhodnejšieho návrhu komisia postupuje v súlade s § 286 Obchodného zákonníka, vyhlasovateľ je oprávnený vybrať si návrh, ktorý mu najlepšie vyhovuje a ktorý spĺňa podmienky súťaže.
12. Vyhlasovateľ určí poradie prvých troch navrhovateľov, ktorí splnia podmienky súťaže. V prípade, že prvý – vybraný navrhovateľ nepristúpi k podpisu zmluvy o dielo, vyhlasovateľ si vyhradzuje právo uzavrieť zmluvu o dielo s ďalším navrhovateľom v poradí.
13. Navrhovatelia s druhým a tretím najlepším návrhom budú odmenení nasledovne:

2. miesto	7.000,- Sk
3. miesto	3.000,- Sk

14. Výsledok verejnej obchodnej súťaže bude oznámený písomne každému navrhovateľovi do 60 dní po lehote na podávanie návrhov.
15. Vyhlasovateľ súťaže si vyhradzuje právo vyhlásené podmienky súťaže zmeniť, súťaž zrušiť, alebo odmietnuť všetky predložené návrhy.
16. Doplnujúce informácie
Splnenie podmienok účasti vyhodnotí vyhlasovateľ. Návrhy bude vyhodnocovať komisia. Súťažné podklady sa vydávajú na základe písomnej žiadosti v pracovných dňoch od 9:00 hod. do 14:00 hod. na adrese vyhlasovateľa: - Ing. Milan Filip, odbor regionálneho rozvoja, tel. kontakt: 055/7268223, alebo sa pošlú poštou. S navrhovateľom vybraného návrhu verejnej obchodnej súťaže sa uzavrie zmluva o dielo na: „Vypracovanie Marketingovej stratégie Košického samosprávneho kraja“ v súlade s Obchodným zákonníkom. Vyhlasovateľ je oprávnený odmietnuť všetky predložené návrhy ak ani jeden z návrhov nebude spĺňať jeho očakávania. Vyhlasovateľ je oprávnený súťaž zrušiť.
17. Návrh zmluvy vypracuje navrhovateľ. Konečné znenie zmluvy môže byť doplnené a upravené na základe rokovania vyhlasovateľa s navrhovateľom. Zmluvné podmienky :
 - a. úspešný navrhovateľ vypracuje návrh zmluvy v súlade s obchodným zákonníkom, v súlade s podmienkami verejnej obchodnej súťaže,
 - b. v zmluve sa môžu zmluvné strany definovať ako vyhlasovateľ a navrhovateľ (účastník súťaže),

- c. v zmluve má byť definovaný predmet obstarávania podľa súťažných podkladov na verejnú obchodnú súťaž,
- d. v zmluve bude uvedená cena, ktorá nesmie byť vyššia, ako bola stanovená navrhovateľom maximálna cena na dopracovanie súťažného návrhu do ucelenej stratégie,
- e. stanovená cena bez DPH za služby podľa jednotlivých častí bude cenou maximálnou počas platnosti zmluvy,
- f. termín zabezpečenia dopracovania návrhu do ucelenej stratégie
- g. faktúru bude môcť vystaviť navrhovateľ až po doručení komplexne dopracovaného dokumentu o pripomienky vyhlasovateľa k predloženej pracovnej verzii
- h. za komplexnú marketingovú stratégiu bude vyhlasovateľ považovať stratégiu/dokument, ktorá bude pred dorúčením odsúhlasená vyhlasovateľom,
- i. marketingová stratégia bude vyhotovená v šiestich textových a obrázkových vyhotoveniach a na dvoch elektronických nosičoch CD v textovom a grafickom programe, ktorý vyhlasovateľ má k dispozícii
- j. pri meškaní doručenia odsúhlasenej marketingovej stratégie vyhlasovateľovi z viny navrhovateľa si môže vyhlasovateľ uplatniť pokutu u navrhovateľa vo výške minimálne 0,05 % z dohodnutej ceny, za každý deň omeškania
- k. pri meškaní úhrady faktúry z viny/na strane vyhlasovateľa si môže navrhovateľ uplatniť pokutu u vyhlasovateľa vo výške maximálne 0,05 % z fakturovanej ceny,
- l. zmluva bude vyhotovená v dvoch vyhotoveniach, po jednom pre každú zmluvnú stranu
- m. neoddeliteľnou súčasťou zmluvy je časový harmonogram postupu prác podľa výstupov vybraného návrhu
- n. vo veciach, ktoré nie sú stanovené v zmluve, sa budú zmluvné strany riadiť príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka.