

**ДЕРЖАВНА УСТАНОВА**

**«ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ’Я**

**МІНІСТЕРСТВА ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я УКРАЇНИ»**

вул. Ярославська, 41, м. Київ, 04071, тел. (044) 425-43-54

E-mail: info@phc.org.ua, код ЄДРПОУ 40524109

|  |
| --- |
|  ЗАТВЕРДЖЕНОРішенням тендерного комітетувід "02" лютого 2022 року № 16Заступник Голови тендерного комітету­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Є.С. Ярмак |

**ОГОЛОШЕННЯ № 16**

**про проведення запиту цінових пропозицій**

Державна установа «Центр громадського здоров’я Міністерства охорони здоров’я України» (далі – Замовник) оголошує конкурс за процедурою «запит цінових пропозицій» на закупівлю  **ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламних та маркетингових послуг (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом),** в рамках реалізації програми Глобального фонду для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією (далі – Послуги) та запрошує Вас подати цінову пропозицію.

Закупівля здійснюється за кошти Глобального фонду для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією в рамках реалізації програми Прискорення прогресу у зменшенні тягаря туберкульозу та ВІЛ-інфекції в Україні (англійською мовою: «Gain momentum in reducing TB/ HIV burden in Ukraine») (далі – проект Глобального фонду) за договором про надання гранту від 04 грудня 2020 року № 1936 (UKR-C-PHC).

1. **Назва предмету закупівлі:** **ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламні та маркетингові послуги (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом).**

1. **Характеристика предмету закупівлі, у тому числі необхідні** **технічні, якісні, кількісні та інші параметри:** визначені в Додатку № 1 «Технічне завдання».
2. **Кінцевий термін подання цінових пропозицій:**
**«10» лютого 2022 року** до 13:00 (включно) за київським часом.
3. **Адреса веб-сайту, на якому розміщена інформація про закупівлю:** <https://phc.org.ua> в розділі «Закупівлі».
4. **Очікувана вартість закупівлі: 210 000,00 грн.**
5. **Строк дії цінової пропозиції:** цінова пропозиція повинна бути дійсна протягом 90 календарних днів.
6. **Термін надання послуг: з** дати підписання договору – до 31.03.2022 року.
7. **Контактні дані для подачі цінової пропозиції:** цінова пропозиція повинна надсилатись у вигляді сканованих копій та мати чіткий вигляд повного (завершеного) документу, печатки, підпису і т.ін., на електрону адресу: v.klevtsova@phc.org.ua з зазначенням у темі листа: «**ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламні та маркетингові послуги (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом») -** до уваги: головного фахівця відділу закупівель та постачань Клєвцової Вікторії, тел.: (044) 482-46-15.
8. **Організаційні вимоги:**
* Юридична особа або Фізична особа-підприємець за законодавством України.
* Оплата здійснюється виключно без ПДВ. Умови оплати: за фактом надання послуг (післяплата) або передоплата щонайбільше – 70 % від вартості надання послуг, 30 % - за фактом надання послуг протягом 5 (п’ять) робочих днів на підставі актів надання послуг.
1. **Критерії оцінки цінових пропозицій, які відповідатимуть обов’язковим технічним та кваліфікаційним вимогам:**
* Ціновий критерій.
1. **Цінова пропозиція обов’язково має включати в себе:**
2. документи, що підтверджують відповідність учасника кваліфікаційним критеріям та передбачені Додатком № 1 «Інформація про спосіб документального підтвердження відповідності Учасників встановленим кваліфікаційним критеріям»;
3. цінову пропозицію: заповнений та підписаний Додаток № 3 «Форма цінової пропозиції»;
4. підписаний Додаток № 2«Технічне завдання»;
5. витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань виданий не раніше, ніж за 14 (чотирнадцять) календарних днів до дати подачі конкурсної пропозиції;
6. статут або інший установчий документ (для юридичних осіб);
7. підписаний Додаток № 4 «Декларація конфлікту інтересів учасника тендерної процедури»;
8. іншу інформацію і документами, які учасник вважає за необхідне подати.
9. **Посадові особи Замовника, уповноважені здійснювати зв'язок з учасниками закупівлі:** Додаткову інформацію можна отримати у головного фахівця відділу закупівель та постачань Клєвцової Вікторії, за телефоном: (044) 482-46-15, е-mail: v.klevtsova@phc.org.ua.
10. **Додатками до цього оголошення є:**
* Додаток № 1 «Кваліфікаційні вимоги»;
* Додаток № 2 «Технічне завдання»;
* Додаток № 3 «Форма цінової пропозиції»;
* Додаток № 4 «Декларація конфлікту інтересів учасника тендерної процедури»;
* Додаток № 5 «Кодекс поведінки постачальників».

**Правила оформлення ЦінОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ:**

1. Цінова пропозиція та всі копії будь-яких документів, що включаються в пропозицію, мають бути обов’язково завіреними підписом учасника, а якщо учасником є юридична особа, то печаткою (за її наявності) та підписом уповноваженої особи.
2. Надані копії документів мають бути розбірливими та якісними.
3. Скановані документи у повному обсязі, згідно п. 11 повинні бути надіслані учасником на електрону адресу: v.klevtsova@phc.org.ua з зазначенням у темі листа: «**ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламні та маркетингові послуги (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом)»**.
4. Відповідальність за достовірність наданої інформації в своїй ціновій пропозиції несе учасник.
5. Надані учасниками цінові пропозиції мають бути дійсними без змін впродовж не менш ніж 90 (дев’яносто) календарних днів з дня їх подання.
6. Ціни в пропозиції мають бути вказані у гривнях, без податку на додану вартість, оскільки поставка товару/послуг звільняється від оподаткування податком на додану вартість згідно статті 7 Закону України від 21.06.2012 року № 4999-VI «Про виконання програм Глобального фонду для боротьби із СНІДом, туберкульозом та малярією в Україні», п. 26 підрозділу 2 розділу XX Податкового кодексу України та постанови Кабінету Міністрів України від 17.04.2013 року № 284 «Деякі питання ввезення на митну територію України товарів і постачання на митній території України товарів та надання послуг, що оплачуються за рахунок грантів (субгрантів) Глобального фонду для боротьби із СНІДом, туберкульозом та малярією в Україні»
7. До участі у оцінці пропозицій Комітетом із закупівлі допускаються цінові пропозиції, які повністю відповідають умовам цього Оголошення.
8. Постачальник зобов’язаний дотримуватись вимог Кодексу поведінки постачальників, з текстом якого можна ознайомитись за посиланням в Додатку № 4**.**
9. Всі пропозиції, отримані після кінцевого терміну, розгляду не підлягають. Кожен учасник має право подати лише одну цінову пропозицію. У разі подання декількох цінових пропозицій одним учасником усі вони будуть відхилені.
10. Замовник має право відмінити конкурс.
11. Замовник залишає за собою право вимагати від учасників додаткові матеріали або інформацію, що підтверджують відповідність окремих положень пропозицій вимогам цього Оголошення.
12. Для проведення цієї закупівлі Замовник вважає, що учасник, який надає у складі пропозиції інформацію, що містить будь-які персональні дані (про працівників, посадових осіб, контрагентів учасника тощо), вчиняє такі дії правомірно з дотриманням вимог Закону України «Про захист персональних даних» і учасник надає свою згоду на поширення такої інформації Замовником відповідно до вимог Закону.

**Зверніть, будь ласка, увагу на наступне:**

*Замовник залишає за собою право контрактувати учасника конкурсу з вищою ціною, якщо буде прийняте рішення про те, що вища оцінка технічної пропозиції цього учасника виправдовує додаткову ціну/вартість.*

*Учасники конкурсу погоджуються з тим, що Замовник не повертає матеріали, подані на будь-якій стадії проведення конкурсу.*

*Остаточне рішення щодо переможця конкурсу приймає Замовник. Замовник має право відмінити конкурс.*

*Замовник не несе відповідальності за роботу пошти, за будь-які поштові помилки, внаслідок яких матеріали (цінова пропозиція, бюджет чи будь-які інші документи, необхідні для участі у конкурсі) учасників конкурсу не надійшли, надійшли із запізненням, були загублені чи пошкоджені; за роботу операторів зв’язку; у випадку виникнення форс-мажорних обставин.*

*Замовник не несе відповідальності за неможливість контакту з учасником конкурсу, якщо будь-яка інформація про учасника конкурсу повідомлена неправильно. Учасник несе особисту відповідальність за достовірність наданої ним інформації.*

*Участю у конкурсі учасник безумовно погоджується з усіма умовами конкурсу та бере на себе обов’язок їх належно виконувати.*

*У випадку виникнення ситуації, що припускає неоднозначне тлумачення умов конкурсу та/або питань, не врегульованих умовами конкурсу, остаточне рішення приймається Замовником. Рішення Замовника є остаточним та оскарженню не підлягає.*

**Дякуємо за співпрацю!**

Додаток № 1

**Інформація про спосіб документального підтвердження відповідності Учасників встановленим кваліфікаційним критеріям**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№****з/п** | **Кваліфікаційні критерії (вимоги) до учасників \*** | **Документи, що підтверджують відповідність** |
| 1. | **Наявність документально підтвердженого досвіду виконання аналогічного (аналогічних) за предметом закупівлі договору (договорів)** | Не менше 2 (двох) копій договорів (з додатками та додатковими угодами, що є його невід’ємними частинами) про надання аналогічних послуг у 2018 - 2021 роках. У разі, якщо в договорі існує конфіденційна інформація, учасник має право цю інформацію закреслити/затемнити. Не менше 2-х (двох) копій актів наданих послуг, як документальне підтвердження виконання договорів.\*\*Під аналогічним договором слід розуміти виконаний договір, аналогічний за предметом договору. |
| 2 | **Наявність документально підтвердженого досвіду учасника по наданню аналогічних послуг** | Портфоліо учасника з презентаціями прикладів надання інформаційних послуг. |

\*Невідповідність зазначеним вимогам призводить до автоматичної дискваліфікації.

Додаток № 2

**ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ**

(інформація про необхідні технічні, якісні та кількісні характеристики предмета закупівлі та опис предмета закупівлі)

 **ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламні та маркетингові послуги (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Найменування послуги | Характеристика послуг та вимоги | Кількість послуг, шт. |
| 1. | Сприяння поширенню соціальних відеороликів в ефірах комерційних телеканалів  | Розміщення в ефірі принаймні одного комерційного телеканалу (переваги будуть віддаватись медіагрупам StarLightMedia, Медіа Група Україна, 1+1 медіа, Film.ua group з попереднім погодженням Замовником) в якості соціальної реклами відеороликів Замовника *(пропонуються на вибір версії 52-секундного одного відео або пакетом п'ять 20-секундних роликів з публічними особами)*  з 1-го по 31-е березня 2022 року у вільні часові слоти в проміжок з 4:00 години ранку до 00:00 годин ночі, без умов ексклюзивного розміщення.Залежно від вибору - повний чи пакетом п’ять скорочених роликів, загальна кількість показів має становити: * для 52-секундної версії ролику - не менше 10 виходів
* для пакету з п’яти скорочених роликів - не менше 10 виходів (тобто не менше двох виходів кожного з скорочених роликів)

Відеоролики будуть надані Замовником. Надання Замовнику за підсумками кампанії ефірних довідок з телеканалів, на яких були поширені соціальні відеоролики, з зазначенням часу та кількості виходів роликів | 1 |
| 2. | Сприяння поширенню соціальних відеороликів перед сеансами кіно в мережах кінотеатрів  | Розміщення щонайменше в одній з мереж кінотеатрів України (переваги будуть віддаватись Multiplex cinema, Планета Кіно, Butterfly) перед сеансами кінофільмів в якості соціальної реклами відеороликів Замовника *(пропонуються на вибір версії 52-секундного одного відео або пакетом п'ять 20-секундних роликів з публічними особами)* з 1-го по 31-е березня 2022 року у вільні часові слоти, без умов ексклюзивного розміщення. Залежно від вибору - повний чи пакетом п’ять скорочених роликів, загальна кількість показів має становити: * для 52-секундної версії ролику - не менше 20 виходів
* для пакету з п’яти скорочених роликів - не менше 25 виходів (тобто не менше п'яти виходів кожного з скорочених роликів)

Відеоролики будуть надані Замовником. Надання Замовнику за підсумками кампанії звіту з зазначенням кінотеатрів, в яких виходив соціальний ролик(и), кількості виходів соціальної реклами.  | 1 |
| 3.  | Налаштування таргетованої реклами у Фейсбук, Youtube, TikTok | Розробка та створення плану з просування дописів з соціальними відеороликами про туберкульоз у рекламному кабінеті Фейсбук, та окремо відеороликів в рекламних кабінетах YouTube та TikTok відповідно до запропонованого Замовником графіку.  | 1 |
| 4.  | Реклама постів з відеороликом Замовника у Фейсбук  | Просування **5-ти постів з відеороликами** Замовника у Фейсбук з 1-го по 13-е березня.* Кількість показів постів у Фейсбук: від 1500 000
* Охоплення - 1000 000
* Очікувана кількість переглядів відео — від 200 000.
* Цільова аудиторія — загальне населення України без окупованих територій віком 18-60.
 | 1 |
| 5.  | Реклама посту з анімаційним роликом Замовника у Фейсбук | Просування **посту з анімаційним роликом** Замовника у Фейсбук в період з 14 по 27 березня:* Кількість показів посту у Фейсбук: від 1 000 000
* Охоплення - від 300 000
* Очікувана кількість переглядів відео — від 100 000.
* Цільова аудиторія — загальне населення України без окупованих територій віком від 18 до 50 років.
 | 1 |
| 6.  | Реклама відеороликів Замовника в Youtube | Просування по окремості кожного з **п’яти 20-секундних відеороликів Замовника** в **Youtube** з переведенням на відповідний підв’язаний сайт (посилання буде надано Замовником) в період з 1 по 13 березня: * очікувана кількість переглядів кожного відео - від 200 000
* кількість кліків - від 10 000
* Цільова аудиторія — загальне населення України без окупованих територій віком 18 - 60 років
 | 1 |
| 7.  | Реклама анімаційного ролика Замовника в Youtube | Просування **анімаційного ролика Замовника у Youtube** з переведенням на відповідний підв’язаний сайт (посилання буде надано Замовником) в період з 14 по 27 березня: * очікувана кількість переглядів відео - від 400 000
* кількість кліків - від 5 000
* цільова аудиторія — загальне населення України без окупованих територій віком від 18 до 55 років
 | 1 |
| 8.  | Реклама анімаційного ролика Замовника у TikTok | Просування **анімаційного ролику** Замовника у TikTok в період з 14 по 27 березня з переведенням на відповідний підв’язаний сайт (посилання буде надано Замовником): * просування ролику з вшитим в об'яву посиланням, яке буде переадресовувати користувачів на надану Замовником посадкову сторінку, а саме анонімне анкетування щодо ризику розвитку туберкульозу, яка знаходиться за посиланням <https://tbtest.phc.org.ua/> ;
* очікувана кількість переглядів ролику від 400 000;
* цільова аудиторія — загальне населення України без окупованих територій віком від 18 до 25 років
 | 1 |
| 9. | Створення банерної реклами Google  | Розробка та створення ілюстрацій (відповідно до наданої Замовником стилістики), які будуть використовуватися у рекламі з 1-го по 31-е березня через інструменти Google — банерній рекламі на сайтах партнерах GoogleНалаштування банерної реклами  | 1 |
| 10.  | Просування банерної реклами через інструменти Google | Банерна реклама, яке переводить відвідувача на відповідний підв’язаний сайт (посилання буде надано Замовником). Банерна реклама через інструменти Googleпоказів на місяць - від 500 000кліків в місяць - від 10 000 | 1 |
| 11.  | Надання Замовнику звіту за підсумками рекламної кампанії  | Надання Замовнику у форматі .pptx звіту з використанням скрінів з рекламних кабінетів з підсумками рекламної кампанії  | 1 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Керівник Учасника процедури закупівлі (або уповноважена особа)  | підпис | Прізвище,ініціали |

Додаток № 3

**ФОРМА ЦІНОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ**

Ми, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (назва учасника), надаємо свою цінову пропозицію щодо участі у конкурсі на закупівлю **ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламні та маркетингові послуги (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом),** в наступному обсязі:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Назва послуг\*** | **Терміни надання послуг** | **Кількість,** | **Ціна за одиницю послуги, грн без ПДВ** | **Ціна загальна, грн без ПДВ** |
| 1 | Сприяння поширенню соціальних відеороликів в ефірах комерційних телеканалів  | З дати підписання договору – до 31.03.2022 року. | 1 |  |  |
| 2 | Сприяння поширенню соціальних відеороликів перед сеансами кіно в мережах кінотеатрів  | 1 |  |  |
| 3 | Налаштування таргетованої реклами у Фейсбук, Youtube, TikTok | 1 |  |  |
| 4 | Реклама постів з відеороликом Замовника у Фейсбук  | 1 |  |  |
| 5 | Реклама посту з анімаційним роликом Замовника у Фейсбук | 1 |  |  |
| 6 | Реклама відеороликів Замовника в Youtube | 1 |  |  |
| 7 | Реклама анімаційного ролика Замовника в Youtube | 1 |  |  |
| 8 | Реклама анімаційного ролика Замовника у TikTok | 1 |  |  |
| 9 | Створення банерної реклами Google  | 1 |  |  |
| 10 | Просування банерної реклами через інструменти Google | 1 |  |  |
| 11 | Надання Замовнику звіту за підсумками рекламної кампанії  | 1 |  |  |
|  | **Всього (грн. без ПДВ):** |  |
|  | **Умови співпраці\*** | **Відповідність вимогам / згода(ТАК / НІ)** |
| 1 | **Загальний строк договору:** | початок: | З дати підписання договору | кінець: 30.04.2022 |
| 2 | **Умови оплати:** | Оплата здійснюється виключно без ПДВ. Умови оплати: за фактом надання послуг (післяплата) або передоплата щонайбільше – 70 % від вартості надання послуг, 30 % - за фактом надання послуг протягом 5 (п’ять) робочих днів на підставі актів надання послуг.  |  |
| 3 | **Розрахунок** | Безготівковий розрахунок |   |
| 4 | **Можливість обрання кількох переможців:** | НІ |   |
| 5 | **Штрафні санкції:** | Згідно умов договору |   |
| 6 | **Умови надання послуг** | Згідно умов договору |   |
| 7 | **Дозволяється оплата ПДВ за проектом:** | НІ. Послуги, роботи та товари мають надаватись або постачатись без ПДВ. Закупівля буде здійснюватися за рахунок грантів Глобального фонду (Постанова КМУ №284 від 17 квітня 2013 року «Деякі питання ввезення на митну територію України товарів і постачання на митній території України товарів та надання послуг, що оплачуються за рахунок грантів (субгрантів) Глобального фонду для боротьби із СНІДом, туберкульозом та малярією в Україні»). Існуюче законодавство безперешкодно дозволяє отримати звільнення від ПДВ для договорів. |   |
| 8 | **Фіксована вартість товару, робіт або послуг:** | Вартість товару, робіт або послуг не може бути змінена протягом строку дії договору |   |

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | **Відомості про учасника\*** |
| 1 | Найменування юридичної особи: |  |
| 2 | Юридична адреса: |  |
| 3 | ПІБ та посада керівника юридичної особи (для Юр. осіб): |  |
| 4 | Номер телефону керівника юридичної особи (для Юр. осіб): |  |
| 5 | Контактна особа: |  |
| 6 | Номер моб. телефону контактної особи: |  |
| 7 | Електронна пошта контактної особи: |  |
| 8 | Адреса веб-сайту (за наявності): |  |
| 9 | Банківські реквізити: |  |
| 10 | Вид коду економічної діяльності за КВЕД, або вид діяльності згідно статуту, в рамках якого юридична особа або фізична особа має право надавати відповідні послуги або виконувати роботи: |  |
| 11 | Група платника єдиного податку (лише для платників єдиного податку): |  |

\* Учаснику необхідно заповнити клітинки, що виділено жовтим кольором.

\*\*Неприйняття умов співпраці призводить до автоматичної дискваліфікації

Підписанням Цінової пропозиції підтверджуємо, що у разі перемоги нашої пропозиції ми зобов’язуємось укласти з Державною установою «Центр громадського здоров’я Міністерства охорони здоров’я України» протягом узгодженого терміну договір про закупівлю ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламні та маркетингові послуги (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом) в рамках програми Глобального Фонду на умовах, які викладені у Оголошенні та пропозиції.

Термін дії даної пропозиції складає 90 календарних днів з дня відкриття Пропозиції.

Повідомляємо, що **ми ознайомлені** з Постановою Кабінету Міністрів України від 17 квітня 2013 р. № 284 «Деякі питання ввезення на митну територію України товарів і постачання на митній території України товарів та надання послуг, що оплачуються за рахунок грантів (субгрантів) Глобального фонду для боротьби із СНІДом, туберкульозом та малярією в Україні та «Кодексом поведінки постачальників», який затверджено 15 грудня 2009 року на засіданні Ради виконавчого менеджменту Глобального Фонду боротьби зі СНІД, туберкульозом та малярією і **зобов’язуємось дотримуватись їх умов.**

Ми розуміємо, що ваша організація не зобов’язана приймати пропозицію із найнижчою заявленою ціною або будь-яку іншу пропозицію, яка може бути вами отримана.

Дата: «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 р.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Керівник Учасника процедури закупівлі (або уповноважена особа)  | підпис | Прізвище,ініціали |

Додаток № 4

Державній установі «Центр громадського здоров’я Міністерства охорони здоров’я України»

**ДЕКЛАРАЦІЯ КОНФЛІКТУ ІНТЕРЕСІВ**

Учасника тендерної процедури

Щодо конкурсу за процедурою «запиту цінової пропозиції» на закупівлю ДК 021:2015 - 79340000-9 - Рекламні та маркетингові послуги (Рекламна кампанія до Всесвітнього дня боротьби з туберкульозом) в рамках реалізації програми Глобального фонду для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією

Перед заповненням цієї Декларації я, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ПІБ) представник учасника \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (назва учасника) ознайомився з Кодексом поведінки постачальників Глобального фонду\*

Необхідно уважно ознайомитися з наведеними нижче питаннями і відповісти «так» чи «ні» на кожне з питань. Відповідь «так» не обов'язково означає наявність конфлікту інтересів, але виявляє питання, що заслуговує подальшого обговорення і розгляду Комітетом з етики та тендерним комітетом.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Питання | Відповідь(«Так»/«Ні») | Роз’яснення якщо відповідь «Так» |
| Чи володієте Ви або Ваші близькі особи\*\*, або всі інші особи, що діють в Ваших інтересах, прямо або як бенефіціар, акціями (частками, паями) або будь-якими іншими фінансовими інтересами в компаніях, що приймають участь у тендерній процедурі? |  |  |
| Чи є Ви або Ваші близькі особи, або інші особи, що діють в Ваших інтересах, членами органів управління (Ради директорів, Правління) або виконавчими керівниками (директорами, заступниками директорів т.п.), а також працівниками, радниками, консультантами, агентами або довіреними особами ДУ «Центр громадського здоров’я МОЗ України»? |  |  |
| Чи отримували Ви коли-небудь від представників ДУ «Центр громадського здоров’я МОЗ України» пропозиції сприяння в укладенні угоди за певну винагороду, що могло б бути сприйнято як спосіб незаконного або неетичного впливу на комерційні операції? |  |  |

**\***Якщо товари та послуги оплачуються за рахунок грантів (субгрантів) Глобального фонду для боротьби із СНІДом, туберкульозом та малярією в Україні

**\*\*** близькі особи - особи, які спільно проживають, пов’язані спільним побутом і мають взаємні права та обов’язки із суб’єктом, зазначеним у [частині першій](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#n25) статті 3 Закону України «Про запобігання корупції» (крім осіб, взаємні права та обов’язки яких із суб’єктом не мають характеру сімейних), у тому числі особи, які спільно проживають, але не перебувають у шлюбі, а також - незалежно від зазначених умов - чоловік, дружина, батько, мати, вітчим, мачуха, син, дочка, пасинок, падчерка, рідний брат, рідна сестра, дід, баба, прадід, прабаба, внук, внучка, правнук, правнучка, зять, невістка, тесть, теща, свекор, свекруха, усиновлювач чи усиновлений, опікун чи піклувальник, особа, яка перебуває під опікою або піклуванням згаданого суб’єкта

«\_\_»\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (підпис) П.І.Б.

Додаток № 5

****

**The Global Fund**

To Fight **AIDS,** Tuberculosis and Malaria

**КОДЕКС ПОВЕДІНКИ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ\***

**Вступ**

1. Як ключова міжнародна фінансова установа у сфері боротьби з ВІЛ/СНІД, туберкульозом та малярією, Глобальний Фонд визнає важливість підзвітності постачальників , а також прозорість та передбачуваність своїх операцій.

2. Згідно зі статутними документами, основними принципами роботи Глобального Фонду є відкритість, прозорість та підзвітність. Виходячи з цього, Глобальний Фонд прагне того, щоб уся його фінансова діяльність, включно з корпоративними закупівлями та грантовими операціями, відповідала найвищим етичним нормам, а також, щоб їх дотримувалися усі співробітники.

3. У відповідності із цими основними принципами роботи Глобального Фонду метою цього Кодексу поведінки («Кодексу») є забезпечити зобов‘язання постачальників дотримуватися чесності у грантових операціях та корпоративних закупівлях за кошти Глобального фонду.

4. Глобальний Фонд буде регулярно переглядати та, за необхідності, вносити зміни у цей Кодекс, для відображення кращих практик, отриманого досвіду та зворотнього зв’язку від партнерів.

**Мандат цього Кодексу**

5. Цей Кодексу **вимагає від** усіх учасників тендерів, постачальників, агентів, посередників, консультантів та підрядників («*постачальники*»), включаючи всіх асоційованих членів, співробітників, найманих працівників, підрядників, агентів та посередників постачальних організацій (кожен з яких є «*представником постачальника*») дотримання найвищих етичних норм у діяльності, яка фінансується Глобальним фондом, пов’язаної з постачанням товарів та/або послуг Глобальному Фонду або будь-якому реципієнту коштів Глобального Фонду, в тому числі основним реципієнтам, суб-реципієнтам, іншим реципієнтам, координаційним механізмам країни, агентам із закупівель та безпосереднім покупцям.

6. Основні реципієнти, суб-реципієнти, інші реципієнти, координаційні механізми країни, агенти із закупівель та безпосередні покупці повинні забезпечити комунікацію положень даного Кодексу усім своїм постачальникам, які в свою чергу повинні дотримуватися усіх викладених у ньому правил. Постачальники повинні забезпечити доведення Кодексу всім своїм Представникам та вдатися до розумних кроків для забезпечення дотримання ними його положень, в т.ч. вжити невідкладні заходи у разі порушення цих положень. Порушення цього Кодексу може призвести до рішення Глобального Фонду накласти санкції на відповідного Постачальника та/або Представника постачальника, призупинити виплату гранту його отримувачам або відмовити у фінансуванні.

**Чесність та прозорість діяльності**

7. Глобальний Фонд жорстко заперечує будь-яку корупційну, шахрайську,змовницьку, анти-конкурентну або насильницьку діяльність, пов‘язану з його коштами, в тому числі грантами. Глобальний Фонд буде вдаватися до суворих і негайних дій в всіх обставинах, які предметно та достовірно свідчитимуть про наявність корумпованих, шахрайських, змовницьких, анти-конкурентних або насильницьких дій, як пояснюється далі за текстом.

8. Постачальники та представники постачальників повинні брати участь у закупівельних процедурах прозоро, відкрито, підзвітно та чесно, що також включає дотримання відповідного законодавства та правил стосовно чесної конкуренції, а також визначених стандартів якісної практики закупівель.

9. Постачальники та представники постачальників повинні відповідати на тендерні/конкурсні оголошення чесно, справедливо та зрозуміло, чітко демонструючи свою спроможність відповідати усім вимогам тендеру або контрактних документів. Вони також повинні дотримуватися усіх правил,встановлених для кожного окремого процесу закупівель, і брати участь у тендері та вступати в договірні правовідносини лише тоді, коли вони можуть і бажають виконувати всі зобов’язання за договором.

10. Постачальники та представники постачальників (безпосередньо або через агентів чи посередників) не можуть вдаватися до корупційної, шахрайської, змовницької, анти-конкуретної або насильницької діяльності в процесі участі у тендерах або здійсненні діяльності за договором, фінансованої Глобальним Фондом. Пояснення:

- «корупційна діяльність» передбачає пропозицію, обіцянку, надання, отримання або передачу (безпосередню або через агентів чи посередників) будь-якої цінності з метою незаконного впливу на дії іншої особи або установи;

- «шахрайська діяльність» передбачає будь-яку дію або бездіяльність, а також умисне викривлення даних, фактів, тощо, які завідомо й умисно або з необережності призводять до того, що особа або установа не можуть отримати фінансову або будь-яку іншу підтримку або ж здійснюються з метою уникнення виконання зобов’язання;

- «насильницька діяльність» передбачає будь-які дії або спробу впливати на рішення або дії певної особи чи установи шляхом нанесення шкоди, або погрози про нанесення шкоди (безпосередньо або через посередників) тій чи іншій особі або установі або їхній власності;

- «змовницька діяльність» передбачає домовленість між двома або більше особами або установами, спрямована на досягнення незаконних цілей, включаючи незаконний вплив на дії інших осіб або установ;

- "анти-конкурентна діяльність" передбачає будь-яку домовленість, договір, рішення або дії, об’єктом або результатом яких є обмеження або порушення конкуренції на будь-якому ринку.

11. Постачальники та представники постачальників не можуть вимагати, пропонувати, надавати або приймати, обіцяти або бути посередником у пропонуванні, передачі або отриманні коштів, винагород, процентних знижок, подарунків, комісійних коштів або інших платежів, окрім тих, які чітко передбачені і визначені Глобальним Фондом або реципієнтом гранту стосовно процесів закупівель або виконання положень угоди.

12. Інформація, дані, ноу-хау та документи, отримані та напрацьовані в ході участі в процесах закупівель Глобального Фонду або реципієнтів його гранту, а також в процесі здійснення контрактної діяльності за кошти Глобального Фонду за жодних обставин не можуть розголошуватися або передаватися третім сторонам з метою надання існуючим або потенційним Постачальникам вигіднішої позиції або переваги в тендерних або будь-яких інших процесах закупівель Глобального Фонду або реципієнта гранту ГФ, без попередньої письмової згоди Глобального Фонду.

**Дотримання законодавства**

13. Постачальники та представники постачальників повинні у своїй діяльності дотримуватися усіх відповідних законів та положень, що діють в тій країні, де вони здійснюють свою роботу. Вони також повинні дотримуватися усіх опублікованих правил, політик та процедур Глобального Фонду, що стосуються сфер їхньої діяльності.

14. Постачальники та представники постачальників повинні забезпечувати наступне: щоб ресурси, отримані ними від Глобального Фонду, не використовувалися для підтримки, фінансування або заохочення насильства, сприяння терористам та терористичній діяльності або для фінансування організацій, що підтримують тероризм.

15. Постачальники та представники постачальників не можуть брати участь у діяльності, пов‘язаній з «відмиванням» грошей. Йдеться про будь-який вид діяльності, спрямований на приховання фактів щодо незаконного отримання коштів, наприклад, в результаті шахрайства, хабарництва або іншої незаконної діяльності.

**Доступ та співпраця**

16. Постачальники та представники постачальників повинні зберігати у відповідних бухгалтерських книгах чіткі та повні дані обліку усіх фінансових та ділових транзакцій в рамках фінансованих Глобальним Фондом угод, щонайменше протягом п’яти років після дати останнього платежу, здійсненого в рамках угоди з Глобальним Фондом.

17. Постачальники та представники постачальників повинні співпрацювати з Глобальним Фондом і реагувати на будь-який запит від Офісу генерального інспектора (ОГІ Глобального Фонду), а також інших агентів та представників Глобального Фонду та надавати їм доступ до спілкування з відповідними співробітниками та перевірки будь-яких рахунків та облікових даних, а також іншої документації, пов’язаної з тендерами та виконанням положень угод, фінансованих Глобальним Фондом.

18. Постачальники та представники постачальників в будь-який момент надаватимуть всю можливу підтримку на запит Глобального Фонду з метою дотримання останнім будь-яких законодавчих, регуляторних або статутних вимог, висунутих перед ним.

19. Глобальний Фонд очікує, що реципієнти будуть вдаватися до негайних та відповідних дій в ситуаціях, коли реципієнту стане відомо, що будь-який з його представників або бенефіціаріїв за угодою, фінансованою Глобальним Фондом, бере участь або підозрюється в корупційних, шахрайських, змовницьких, анти-конкурентних або насильницьких видах діяльності, пов’язаних із закупівлями або реалізацією тієї чи іншої угоди. Глобальний Фонд накладатиме санкції, які вважатиме за доцільні у випадках, коли реципієнт не вживатиме належним чином (на розсуд Глобального Фонду) негайних та вчасних заходів у подібних ситуаціях.

**Публікації та реклама**

20. Без попередньої письмової згоди Глобального Фонду Постачальники та представники постачальників не можуть (i) використовувати назву або логотип Глобального Фонду у своїх публікаціях або рекламі, (ii) використовувати свої безпосередні або непрямі ділові стосунки з Глобальним Фондом із метою отримання підтримки останнього на користь товарів та послуг того чи іншого постачальника, (i ii) здійснювати будь-яке представництво або заяви замість або від імені Глобального Фонду.

**Повне і відкрите надання інформації і конфлікти інтересів**

21. Перед підписанням угоди або в процесі її виконання Постачальники повинні повідомити Глобальний Фонд, якщо вони або їхні Представники є суб’єктом санкцій або тимчасового відсторонення від справ, застосованих однією з провідних міжнародних фінансових установ, наприклад ООН або Світовим Банком.

22. Постачальники повинні повідомити Глобальний Фонд або фактичного реципієнта гранту про існуючі, або потенційні конфлікти інтересів, що стосуються Постачальників або їхніх Представників («конфлікт інтересів»). Глобальний Фонд вважає конфліктом інтересів таку ситуацію, в якій одна сторона має інтереси, які можуть негативно впливати на виконання останньою своїх обов’язків та відповідальності, договірних зобов’язань або призводити до

порушень чинного законодавства. Таким чином, подібний конфлікт інтересів може спричинити або становити діяльність, яка є недопустимою згідно положень даного Кодексу. Задля забезпечення дотримання високих етичних норм і стандартів усіма постачальниками за угодами, що фінансуються Глобальним Фондом, останній буде вдаватися до відповідних заходів вирішення подібних конфліктів інтересів. Глобальний Фонд може в тому числі відмовити у наданні фінансування у випадках, коли певний конфлікт інтересів може стати на заваді здійснення чесного процесу закупівель.

23. Постачальники не можуть впливати або шукати важелі впливу на процеси

прийняття рішень Глобального Фонду та не можуть вдаватися до таких дій, які можуть призводити до порушення Політики Глобального Фонду про етичні норми та конфлікти інтересів (http://www.theglobalfund.org/documents/policies/PolicyonEthicsandConflictoflnt erestforGlobalFundlnstitutions.pdf).

24. Постачальники повинні негайно повідомляти Глобальний Фонд про найменшу загрозу правопорушень, пов’язаних із залученням ресурсів та грантових коштів Глобального Фонду, незалежно від участі в такому правопорушенні того чи іншого Постачальника або його Представника. Для отримання більш детальної інформації відвідайте сторінку

http://www.theglobalfund.org/en/oig/.

 **Глобальний Договір ООН про корпоративну соціальну відповідальність**

25. Глобальний Договір ООН є мережею добровільної міжнародної корпоративної **відповідальності**, створеною з метою підтримки участі приватного сектору та інших соціальних груп у спільній роботі над посиленням корпоративної соціальної відповідальності та загальноприйнятих соціальних засад та принципів охорони навколишнього середовища задля подолання труднощів, пов’язаних із процесами глобалізації (дивіться www.unglobalcompact.org). Глобальний Фонд заохочує всіх Постачальників до активної участі в даному Договорі.

26. Згідно з десятьма принципами, визначеними Глобальним Договором ООН, серед Постачальників заохочуються такі дії:

a) підтримка та повага захисту загальновизнаних у світі прав людини;

b) утримання від діяльності або участі в процесах порушення прав людини;

c) дотримання свободи спілкування та визнання права на колективні переговори;

d) підтримка боротьби з будь-якими формами примусової праці;

e) підтримка дій зі скасування дитячої праці;

f) підтримка дій, направлених на зменшення дискримінації при

працевлаштуванні та на робочих місцях;

g) підтримка запобіжних заходів зі збереження навколишнього середовища;

h) підтримка ініціатив пропагування відповідальності за стан навколишнього середовища;

i) підтримка розвитку та розповсюдження технологій, дружніх до навколишнього середовища; а також

j) протидія корупції у всіх її проявах, включаючи вимагання та хабарництво.