**Оголошення №3 про проведення: Запиту пропозицій на закупівлю послуги із розробки брендбуку Комунального закладу «Херсонський обласний центр громадського здоров’я»**

**Комунальний заклад «Херсонський обласний центр громадського здоров'я» оголошує конкурс за процедурою «запит пропозицій» на закупівлю «Послуг із розробки брендбуку Комунального закладу «Херсонський обласний центр громадського здоров’я».**

Пропозиції повинні надсилатись в закритих конвертах звичайною чи кур’єрською поштою на адресу: 73005, Україна, м. Херсон, вул. Перекопська, 169.

**Конверт повинен містити назву конкурсу і слова** «НЕ РОЗКРИВАТИ ДО 10 жовтня 2018 року, 13:00» а також код ЄДРПОУ, адресу та назву організації.

Кінцевий термін подання комерційних пропозицій – **не пізніше 10 жовтня 2018 року, 12:00**.

Зверніть увагу, електронною поштою заявка не надсилається!

Правила та строки подання пропозицій наведені у прикладеному до даного оголошення файлі. Додаткову інформацію можна отримати у фінансового спеціаліста Єфимович Вікторії:

Тел.: +380 552 35 49 95
Тел.: +380 95 505 74 80
E-mail: efimvika35@gmail.com

Департамент охорони здоров` я

Херсонська обласна державна адміністрація

**КЗ «Херсонський обласний центр громадського здоров`я»**

73005, м. Херсон, вул. Перекопська, 169. тел. 355027, 355026

поштова адреса: 73005 м.Херсон-5, а/с – 56

E-mail: kherson\_public\_health@ukr.net

 «28» вересня 2018 року

**ОГОЛОШЕННЯ № 3 про проведення конкурсу за методом запит цінових пропозицій**

Комунальний заклад «Херсонський обласний центр громадського здоров’я» (далі – Замовник, Організатор тендеру) оголошує конкурс за методом запит цінових пропозицій на закупівлю **послуг із розробки брендбуку Комунального закладу «Херсонський обласний центр громадського здоров’я»**.

Закупівля здійснюється за кошти Глобального фонду для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією в рамках реалізації проекту «Прискорити темпи зменшення рівня захворюваності на туберкульоз та ВІЛ за рахунок забезпечення загального доступу до своєчасної та якісної діагностики і лікування туберкульозу, шляхом розширення доказової медичної профілактики, діагностики та лікування ВІЛ та створення стійкої та життєздатної системи охорони здоров'я».

Закупівля здійснюється за методом запиту цінових пропозицій, який передбачає оцінювання пропозицій на основі сукупного аналізу технічних і фінансових факторів.

1. **Назва предмету закупівлі:** послуги із розробки брендбуку Комунального закладу « Херсонський обласний центр громадського здоров’я ».
2. **Характеристика предмету закупівлі, у тому числі необхідні технічні, якісні, кількісні та інші параметри:** визначені в Додатку № 1 «Технічне завдання».
3. **Кваліфікаційні критерії до учасників та перелік документів, необхідних для їх підтвердження:** визначені в Додатку № 2 «Кваліфікаційні критерії».
4. **Кінцевий термін подання тендерних пропозицій:** до
**«10» жовтня 2018 року до 12:00** (включно) за київським часом.
5. **Строк дії пропозиції:** пропозиція повинна бути дійсна протягом 30 (тридцяти) календарних днів.
6. **Термін надання послуг:** протягом 30 календарних днів з дати підписання договору.
7. **Контактні дані для подачі тендерної документації:** тендерні пропозиції повинні надсилатись (або надаватись особисто) у закритих конвертах звичайною чи кур’єрською поштою на адресу:

73005, Україна, м. Херсон, вул. Перекопська, 169,

до уваги: фінансового спеціаліста Єфимович Вікторії, тел.: (0552)35-49-95, (095)505-74-80.

1. **Місце, час та дата відкриття конвертів з тендерними пропозиціями:** публічне розкриття конвертів з тендерними пропозиціями відбудеться **«10» жовтня 2018 року о 13:00 за київським часом**, за адресою: 73005, Україна, м. Херсон, вул. Перекопська, 169.
2. **Критерії оцінки тендерних пропозицій, які відповідатимуть обов’язковим технічним та кваліфікаційним вимогам, та їх вагові коефіцієнти:**

| **№** | **Критерій оцінки** | **Ваговий коефіцієнт** |
| --- | --- | --- |
| 1. | Технічна пропозиція Учасника із зазначенням та детальним описом рішень, етапів робіт, інших параметрів та пропозицій Учасника з урахуванням всіх технічних факторів, визначених у Технічному завданні (Додаток № 1). | 50% |
| 2. | Фінансова пропозиція Учасника представлена у вигляді заповненого кошторису витрат на надання послуг із розробки брендбуку із зазначенням загальної вартості послуг, а також усіх витрат, пов’язаних із виконання технічної пропозиції Учасника. | 30% |
| 3. | Наявність документально підтвердженого досвіду виконання аналогічних договорів та послуг із розробки брендбуку. | 10% |
| 4. | Наявність працівників відповідної кваліфікації, які мають необхідні знання та досвід з розробки брендбуку, керуванням проекту тощо. | 10% |

**\* До оцінювання згідно з критеріями оцінки допускаються тендерні пропозиції, які відповідатимуть обов’язковим технічним, кваліфікаційним та якісним вимогам. Невідповідність тендерної пропозиції хоча б одній з таких вимог призводить до автоматичної повної дискваліфікації такої цінової пропозиції.**

**Вартість послуг має бути зазначена у гривні без ПДВ.**

1. **Тендерна пропозиція обов’язково має включати в себе:**
2. Технічна пропозиція Учасника із зазначенням та детальним описом рішень, етапів робіт, інших параметрів та пропозицій Учасника з урахуванням всіх технічних факторів, визначених у Технічному завданні (Додаток № 1).
3. Фінансова пропозиція Учасника представлена у вигляді заповненого кошторису витрат на надання послуг із розробки брендбуку із зазначенням загальної вартості послуг, а також усіх витрат, пов’язаних із виконання технічної пропозиції.
4. Заповнений та підписаний Додаток № 3 «Цінова пропозиція».
5. Завірені документи, що визначені в Додатку № 2 «Кваліфікаційні критерії».
6. **Посадові особи Замовника, уповноважені здійснювати зв'язок з учасниками закупівлі.**

Додаткову інформацію можна отримати у фінансового спеціаліста Єфимович Вікторії, за телефоном: (0552)35-49-95, (095)505-74-480, е-mail: efimvika35@gmail.com.

**Правила оформлення ТЕНДЕРНОЇ пропозиції учасника:**

1. Тендерна 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 та підписом уповноваженої особи.
2. Надані копії документів мають бути розбірливими та якісними.
3. Конверт повинен містити надписи: “ТЕНДЕРНА ПРОПОЗИЦІЯ НА ТЕНДЕР: «Закупівля послуг із розробки брендбуку Комунального закладу «Херсонський обласний центр громадського здоров’я» «**НЕ РОЗКРИВАТИ ДО 13:00, «10» жовтня 2018 року»**, а також код ЄДРПОУ, адресу та назву Учасника.
4. Тендерна пропозиція має бути отримана Організатором тендеру у конверті форматом А4, який на лініях склеювання має бути промаркований печаткою Учасника у декількох місцях, аби виключити можливість несанкціонованого ознайомлення із вмістом конверту до настання дати розкриття Замовником тендерних пропозицій.
5. Відповідальність за достовірність наданої інформації в своїй тендерній пропозиції несе Учасник.
6. Надані учасниками конкурсу тендерні пропозиції мають бути дійсними без змін впродовж не менш ніж 30 (тридцять) календарних днів з дня їх подання.
7. Ціни в тендерній пропозиції мають бути вказані у гривнях, без податку на додану вартість, оскільки послуги звільняються 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»
8. До участі у оцінці тендерних пропозицій Комітетом із закупівлі допускаються тендерні пропозиції, які повністю відповідають умовам цього Оголошення.
9. Постачальник зобов’язаний дотримуватись вимог Кодексу поведінки постачальників, з текстом якого можна ознайомитись за посиланням в Додатку № 4**.**
10. Всі пропозиції, отримані після кінцевого терміну, розгляду не підлягають. Кожен Учасник має право подати лише одну тендерну пропозицію. У разі подання декількох пропозицій одним Учасником усі вони будуть відхилені.
11. Організатор тендеру має право відмінити конкурс.
12. До участі у процедурі розкриття тендерних пропозицій запрошуються всі учасники, що подали свої пропозиції, або їх уповноважені представники. Відсутність Учасника або його уповноваженого представника на процедурі розкриття не є підставою для не розкриття, не розгляду або відхилення його тендерної пропозиції. Повноваження представників учасників повинні бути підтверджені довіреністю, наказом про призначення, договором доручення тощо, та документом, що посвідчує особу (паспорт).
13. Замовник тендеру залишає за собою право вимагати від учасників тендеру додаткові матеріали або інформацію, що підтверджують відповідність окремих положень пропозицій вимогам цього Оголошення.
14. Замовник тендеру не несе відповідальності за роботу поштової служби з доставки документації.
15. 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.

**Додаток № 1**

**до Оголошення № 3**

**Технічне завдання**

**на розробку брендбуку Комунального закладу «Херсонський обласний центр громадського здоров’я»**

*Що необхідно розробити і запропонувати:*

1. Знак / логотип бренду, як символ – мінімум 3 варіанти;
2. Шрифтове зображення назви бренду (кирилиця/латиниця);
3. Слоган закладу – мінімум 4 варіанти

*Основні вимоги до бренду:*

* відповідність дійсності – імідж закладу повинен відповідати реальності
* привабливість – повинен донести до людей їх особисті мотиви до здорового способу життя та профілактики захворювань
* правдоподібність
* простота сприйняття
* оригінальність.

*Загальний тон позиціювання бренду:*

1. Інформативний;
2. Авторитетний;
3. Професійний;
4. Запам'ятовується;
5. Викликає довіру;
6. Корисний;
7. Спонукаючий до дій.

*Технічні вимоги до логотипу/символу закладу*

* графічний файл зображення не менше 500х500 пікселів, розміром не більше 300 КБ;
* текст та ілюстрація логотипу закладок на трьох мовах (українська, російська, англійська);
* кольорове рішення (можливість відтворення в кольоровому, монохромному, рельєфному виконанні);
* приклади для використання логотипу закладу, як на великих рекламних площах, так і на сувенірній і поліграфічній продукції;

*Вимоги до слогану:*

* лаконічність, чіткість;
* повинен створювати позитивний імідж закладу, розкриваючи основні завдання та перспективи розвитку;
* повинен привертати увагу цільових аудиторій до закладу та формувати позитивний емоційний образ, пов'язаний з ним;
* повинен бути написаний таким чином, щоб не викликати відторгнення у цільової аудиторії: легко читатися, не містити важких для вимови слів та абревіатур;
* не може містити жодних політичних або релігійних мотивів та бути об'єктом інтересу третіх осіб.
* не можна використовувати слоган, який є або був комерційним, або отримав права на ототожнення його з комерційним підприємством, брендом, послугою або товаром.
1. **Створити бренд-бук** - текстовий опис концепції бренду, кольорові рішення логотипу та варіанти його використання на різних поверхнях.

*Бренд-бук повинен включати:*

Фірмовий знак - логотип

1. Концепція (опис). Концептуальне опис фірмового знака як основного елемента фірмового стилю. Ідеологія знака.

2. Візуальне рішення логотипу (допустиме колірне рішення логотипу, опис фірмового кольору знака, допустиме чорно-біле рішення.)

3. Умови відтворення фірмового знака.

4. Умови збільшення / зменшення фірмового знака за допомогою масштабної сітки.

5. Правила побудови логотипу в графічній та цифровій формі. Умови комбінації з чужорідними графічними і текстовими об'єктами:

* Межі логотипу.
* Допустимі варіанти розташування сторонніх об'єктів.
* Допустимі варіанти поєднання з іншими знаками.
* Варіанти допустимого колірного фону для розміщення фірмового знака.

Фірмовий блок - логотип і назву (можливо слоган).

1. Концепція (опис). Концептуальне опис фірмового блоку як основного елемента фірмового стилю.

2.Варіанти розміщення фірмового блоку:

* Вертикальне
* Горизонтальне
* Трьохярусне.

3. Варіанти колірного відтворення фірмового блоку: кольоровий, чорно-білий.

4.Співвідношення ключових елементів фірмового блоку в різних варіантах відтворення:

* Кольоровий
* Чорно-білий.

5. Правила побудови фірмового блоку в графічній і колірної формі. Умови комбінації з чужорідними графічними і текстовими об'єктами:

* Межі території фірмового блоку
* Допустимі варіанти розташування сторонніх об'єктів
* Варіанти допустимого колірного фону для розміщення фірмового блоку.

Фірмові кольори.

1. Визначення фірмового кольору.

2. Визначення додаткових кольорів.

3.Визначення комбінацій кольорів.

Фірмові шрифти.

1. Визначення фірмового шрифту.

2. Умови використання шрифту.

Розташування фірмового блоку (або тільки фірмового знака, або тільки логотипу) на типових документах:

1. Акцидентна продукція: бланк ділового листа, конверти, фірмова папка, візитна картка, бейджі, презентація
2. Внутрішня ідентифікація: табличка на двері, внутрішній інформатор
3. Поліграфія: почесна грамота, подяка, вітальна листівка, плакат, брошура, буклет
4. Зовнішня реклама, вуличні покажчики
5. Фірмовий одяг
6. Сувенірна продукція: блокнот, ручка, пакет, горнятко, тарілка, годинник

**МЕТА:** розроблення та створення унікального бренду і брендбуку закладу, що сприятиме розвитку здорового способу життя та профілактики інфекційних захворювань серед населення.

**Результат:** Розроблений і прийнятий логотип, слоган брендбук закладу.

**Додаток № 2**

**до Оголошення № 3**

**КВАЛІФІКАЦІЙНІ КРИТЕРІЇ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Кваліфікаційні критерії (вимоги) до учасників** | **Підтверджуючі документи** |
| 1.  | Учасник має бути юридичною особою або фізичною особою-підприємцем, що створена та зареєстрована у встановленому порядку відповідно до законодавства України. | 1. Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань та/або Свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи.
2. Статут або інший установчий документ (для юридичних осіб).
 |
| 2.  | Згода учасника на оплату послуг за фактом їх надання або з передплатою не більше ніж 50% у безготівковій формі. | Підписана Цінова пропозиція (Додаток № 3). |
| 3. | Згода учасника на надання послуг у повній відповідності опису і порядку, зазначених у Технічному завданні. | Підписана Цінова пропозиція (Додаток № 3). |
| 4. | Наявність документального підтвердження щодо відповідності виду діяльності (за КВЕД-2010), який дає право надавати послуги, що є предметом закупівлі. | Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.  |
| 5. | Наявність документально підтвердженого досвіду виконання аналогічних договорів та послуг із розробки брендбуку. | 1. Портфоліо Учасника із зазначенням минулого досвіду і прикладів створених сайтів з посиланнями.
2. Довідка у довільній формі, що містить інформацію про виконання аналогічного договору щодо надання послуг, що є предметом закупівлі (крім відомостей, що становлять комерційну таємницю) за період з 2017 року по теперішній час із зазначенням найменування контрагента, предмету договору, строку дії договору).
3. Разом з довідкою Учасник повинен надати копії договорів, зазначених у довідці.
4. Не менше двох листів-відгуків (рекомендацій) від минули замовників.
 |
| 6. | Наявність працівників відповідної кваліфікації, які мають необхідні знання та досвід з розробки брендбуку, керуванням проекту тощо. | 1. Довідка у довільній формі, що містить інформацію про наявність в Учасника працівників, які мають необхідні знання та досвід роботи та яких Учасник планує залучити до виконання умов договору.

Довідка повинна містити інформацію щодо посад, кваліфікації та досвіду роботи таких працівників.1. Для підтвердження кваліфікації працівників, яких Учасник планує залучати до виконання умов договору, що є предметом закупівлі, у складі тендерної пропозиції надається будь-який з нижченаведених документів (за наявності):

- копії сертифікатів, що підтверджують кваліфікацію;- копії документів про освіту працівників у галузі інформаційних технологій;- копія документу про проходження курсів (навчання).Копії вищезгаданих документів надаються щодо кожного працівника, зазначеного в довідці. |

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

*Організатор тендеру 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 тендеру погоджуються з тим, що Організатор тендеру не повертає матеріали, подані на будь-якій стадії проведення тендеру.*

*Остаточне рішення щодо переможця тендеру приймає Організатор тендеру. Організатор тендеру має право відмінити тендер.*

*Винагородою переможцеві тендеру буде укладення договору з Організатором тендеру на надання послуг відповідно до Технічного завдання і тендерної пропозиції.*

*Відповідальність Організатора тендеру не виходить за межі винагороди, визначеної умовами тендеру.*

*Організатор тендеру не несе відповідальності за роботу пошти, за будь-які поштові помилки, внаслідок яких матеріали (тендерна пропозиція, бюджет чи будь-які інші документи, необхідні для участі у тендері) учасників тендеру не надійшли, надійшли із запізненням, були загублені чи пошкоджені; за роботу операторів зв’язку; у випадку виникнення форс-мажорних обставин. Організатор тендеру не несе відповідальності за неможливість контакту з учасником тендеру, якщо будь-яка інформація про учасника тендеру повідомлена неправильно. Учасник несе особисту відповідальність за достовірність наданої ним інформації.*

*Участю у тендері Учасник безумовно погоджується з усіма умовами тендеру та бере на себе обов’язок їх належно виконувати.*

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

**Дякуємо за співпрацю!**

**Додаток № 3**

**до Оголошення № 3**

**ЦІНОВА ПРОПОЗИЦІЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Найменування послуг** | **Вартість послуг (без ПДВ\*), грн** |
| 1. | Послуга із розробки брендбуку Комунального закладу «Херсонський обласний центр громадського здоров’я». |  |
| **Всього без ПДВ\* (прописом):** |  |
| **Умови оплати\*\*:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (по факту надання послуг (післяплата) або передоплата щонайбільше – 50 % від вартості наданих послуг). |

*Будь ласка, впевніться, що вартість послуг відповідає сумі зазначеній у фінансовій пропозиції Учасника, яка представлена у вигляді заповненого кошторису витрат на надання послуг із зазначенням загальної вартості послуг, а також усіх витрат, пов’язаних із виконання технічної пропозиції.*

*\** Розрахунки за надані послуги звільненні від оподаткування податком на додану вартість на підставі пункту 26 підрозділу 2 розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України, 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» та постанови Кабінету Міністрів України від 17 квітня 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».

\*\* Оплата може здійснюватися з урахуванням етапів надання послуг.

Підписанням Цінової пропозиції підтверджуємо, що у разі перемоги нашої тендерної пропозиції ми зобов’язуємось укласти з КЗ «Херсонський обласний центр громадського здоров’я» протягом узгодженого терміну договір про надання послуг із розробки брендбуку на умовах, які викладені у Оголошенні та тендерній пропозиції.

Термін дії даної пропозиції складає 30 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: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2018 р.

 *[підпис] [посада]*

**Додаток № 4**

**до Оголошення № 3**

**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 об‘яви 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.