

**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

|  |
| --- |
| ЗАТВЕРДЖЕНО  Рішенням тендерного комітету  від "28" 10 2020 року № 410  Голова тендерного комітету  ­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Ю. Вовченко |

**ОГОЛОШЕННЯ № 410**

**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 Рекламні та маркетингові послуги (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність),** в рамках реалізації проекту 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 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» (англійською мовою: «To gain momentum in reducing TB and HIV burden through forging universal access for timely and quality TB and DR-TB diagnosis and treatment, scaling up evidence-based HIV prevention, diagnosis and treatment and building up resilient and sustainable systems for health») (далі – проект Глобального фонду).

1. **Назва предмету закупівлі:** **ДК 021:2015 79340000-9 Рекламні та маркетингові послуги (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність).**

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:**    
   **«11» листопада 2020 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. **Посилання на річний план закупівлі в електронній системі закупівель:** <https://prozorro.gov.ua/plan/UA-P-2020-10-28-004055-b>
5. **Строк дії цінової пропозиції:** цінова пропозиція повинна бути дійсна протягом 90 календарних днів.
6. **Термін надання послуг:** протягом 20 робочих днів з дати підписання договору.
7. **Контактні дані для подачі цінової пропозиції:** цінова пропозиція повинна надсилатись у вигляді кольорових сканованих копій та мати чіткий вигляд повного (завершеного) документу, печатки, підпису і т.ін., на електрону адресу: [v.klevtsova@phc.org.ua](mailto:v.klevtsova@phc.org.ua) з зазначенням у темі листа: «**ДК 021:2015 79340000-9 Рекламні та маркетингові послуги (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність) -** до уваги: провідного фахівця відділу закупівель та постачань Клєвцової Вікторії, тел.: ([044) 482-46-15](mailto:050)508-62-46).
8. **Організаційні вимоги:**

* Юридична особа або Фізична особа-підприємець за законодавством України.
* Оплата здійснюється на умовах оплати за фактом надання послуг протягом 5 (п'яти) 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. цінову пропозицію: заповнений та підписаний Додаток № 2 «Форма цінової пропозиції»;
3. підписаний Додаток № 1«Технічне завдання»;
4. 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;
5. статут або інший установчий документ (для юридичних осіб);
6. підписаний Додаток № 3 «Декларація конфлікту інтересів учасника тендерної процедури»;
7. іншу інформацію і документами, які учасник вважає за необхідне подати.
8. **Посадові особи Замовника, уповноважені здійснювати зв'язок з учасниками закупівлі.**
9. Додаткову інформацію можна отримати у провідного фахівця відділу закупівель та постачань Клєвцової Вікторії, за телефоном: ([044) 482-46-15](mailto:050)508-62-46), е-mail: [v.klevtsova@phc.org.ua](mailto:v.klevtsova@phc.org.ua).
10. **Додатками до цього оголошення є:**

* Додаток № 1 «Технічне завдання»;
* Додаток № 2 «Форма цінової пропозиції»;
* Додаток № 3 «Декларація конфлікту інтересів учасника тендерної процедури»;
* Додаток № 4 «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](mailto:v.klevtsova@phc.org.ua) з зазначенням у темі листа: «**ДК 021:2015 79340000-9 Рекламні та маркетингові послуги (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність)»**.
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

**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 (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | | | **Найменування послуги** | **Характеристика послуги та вимоги** | | **Кількість,**  **шт.** |
| **Організація та проведення інформаційної кампанії «Антибіотик за рецептом»** | | | | | | |
| 1. | Розробка плану та виділення основних тем для комунікації в рамках інформаційної кампанії | | Мета кампанії: Актуалізація та популяризація правильного та адекватного використання антимікробних препаратів серед населення та медичної спільноти України.  Основні теми кампанії повинні бути засновані матеріалах ВООЗ, CDC. Всі заплановані активності мають погодженні з відділом антимікробної резистентності та інфекційного контролю та мати посилання на Центр громадського здоров’я.  Задачі кампанії: Розповсюдження друкованих матеріалів; Підняття проблеми про наявність резистентних до антимікробних препаратів інфекцій в Україні; Заохочення впровадження медичними працівниками безпечних практик з інфекційного контролю в повсякденній практиці.  Від кампанії очікуємо активне залучення до кампанії шляхом демонстрації власного позитивного досвіду правильного використання антимікробних препаратів, залучення населення та медичної спільноти до виявлення перепон для адекватного використання антимікробних препаратів та впровадження ІК в українських лікарнях. | 1 | |
| 2. | Створення інфографічних зображень із проблематикою та правилами використання антимікробних препаратів та правилами ІК (щоденно), обкладинки на конкурс та тесту | | Інфографічні зображення повинні бути засновані матеріалах ВООЗ, CDC та доступно пояснювати проблематику адекватного використання антимікробних препаратів та загальні практики впровадження інфекційного контролю. | 7 | |
| 3. | Розміщення матеріалів на партнерських майданчиках в соцмережах (публікації) | | Партнерські майданчики мають охоплювати найбільшу аудиторію пацієнтів та медичних працівників України з метою успішного досягнення мети кампанії. Домовленість з партнерськими майданчики про тематичні пости та перепости інформації кампанії. | Від 5 | |
| 4. | Домовленість з Лідерами думок (публікації інформації/інтерв’ю щодо інформаційної кампанії, тощо) | | Лідери думок мають охоплювати найбільшу аудиторію пацієнтів та медичних працівників України з метою успішного досягнення мети кампанії, домовленість з ними про перепости та тематичні пости. | Від 5 | |
| 5. | Написання статей/матеріалів для ЗМІ | | Статті/матеріали для ЗМІ мають висвітлювати актуальність правильного використання антимікробних препаратів для населення України, впровадження інфекційного контролю та безпеці пацієнтів та медичного персоналу при наданні медичної допомозі. | 2 | |
| 6. | Розміщення публікацій в ЗМІ | | Публікація матеріалів в ЗМІ для загального населення, пацієнтів та медичних працівників | 2 | |
| 7. | Організація ТВ та радіо ефірів | | ТВ та радіо ефіри мінімум на 15 хвилин для висвітлення проблематики використання антимікробних препаратів, впровадження практик інфекційного контролю, можливий онлайн формат. | Від 1 | |
| 8. | Розробка тесту для широкої аудиторії | | Тест має бути заснований на загальних практиках та правилах використання антимікробних препаратів, впровадження інфекційного контролю. | 1 | |
| 9. | Запуск та адміністрування тижня «Антибіотик за рецептом» в соцмережах:- запуск тесту, запуск конкурсу, публікація постів | | Всі активності сформувати та запланувати протягом одного тижня.  Налаштування таргетингу та рекламне просування постів в мережі Фейсбук. Описати механіку таргетування постів на пацієнтів, медичних працівників в соціальних мережах.  Проведення тесту, визначення переможців. | 1 | |
| 10. | Медіамоніторинг та підготовка звіту по медіамоніторгингу | | По закінченню кампанії в термін не пізніше 10 робочих днів надати звіт про виконану роботу з підтверджуючими документами та посиланнями. | 1 | |
| 11. | Створення дизайн-макету брошури | | Створення дизайн-макету брошури «Небажані реакції при використанні антимікробних препаратів» 6-10 сторінок та погодження його із замовником  Макет брошури у 2 варіантах: - PDF, підготовлений до друку; - оригінал макету (тека InDesign);  Технічні характеристики: Формат А5; Обкладинка: 2 стор.; Блок: приблизно 6-10 стор;  Дизайн: повнокольоровий за наданим прикладом  Версія PDF не нижче 1.5  Специфіка: Макет повинен мати захисне поле: 10 мм, з боку корінця - 15 мм. Файли не повинні мати міток різу, хрестів зміщення, шкал і будь-яких інших недрукованих елементів.  Кольорова модель: CMYK: Мінімальна колірність: не менше 15%; Максимальна колірність: не більше 300%;  Допускається використання градації сірого (8 біт/канал); Роздільна здатність графічних зображень: 300 dpi.  Макет має відповідати фірмовому стилю центру за наданим прикладом. | 1 | |
| 12. | Створення дизайн-макету флаеру | | Створення дизайн-макету флаеру формату А5 «Режими периопераційної антибіотикопрофілактики при хірургічних втручаннях» та погодження його із замовником.  Макет флаеру у 2 варіантах: - PDF, підготовлений до друку; - оригінал макету (тека InDesign);  Технічні характеристики: Формат А5; Дизайн: повнокольоровий за наданим прикладом Версія PDF не нижче 1.5  Специфіка: Файли не повинні мати міток різу, хрестів зміщення, шкал і будь-яких інших недрукованих елементів.  Кольорова модель: CMYK: Мінімальна колірність: не менше 15%; Максимальна колірність: не більше 300%  Допускається використання градації сірого (8 біт/канал); Роздільна здатність графічних зображень: 300 dpi.  Макет має відповідати фірмовому стилю центру за наданим прикладом | 1 | |
| 13. | Друк та доставка матеріалів у 25 регіонів України | | Друк та доставка брошури «Небажані реакції при використанні антимікробних препаратів» Брошура форматуА5, блок +обкладинка. 12 стр, щільність папіру 130 гр, глянець, 2 скоби, 2500 шт  Друк та доставка флаєру формату А5 «Режими периопераційної антибіотикопрофілактики при хірургічних втручаннях» Листівка А5, 4+4, щільність паперу 130 гр, глянець, 2500 шт  Друк, ламінація та доставка плакату «Правила одягання ЗІЗ» Плакат А3, 4+0, 250 гр мат, глянцева ламінація 1+0, 2500 шт  Друк, ламінація та доставка плакату «Правила зняття ЗІЗ» Плакат А3, 4+0, 250 гр мат, глянцева ламінація 1+0, 2500 шт  Доставка матеріалів по 25 регіонах України відповідно додатку 1.1, розподіл матеріалів проводиться відповідно додатку 1.2. | 1 | |

**Додаток 1.1**

**до Технічного завдання**

**Адреси для доставки друкованої продукції**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Регіон** | **Адреса доставки\*** |
| 1 | Вінницька | 21036, Хмельницьке шосе, 7 |
| 2 | Волинська | м. Луцьк, Степана Бандери, 5 |
| 3 | Дніпропетровська | 49004, м. Дніпро, пр. Олександра Поля, 2 |
| 4 | Донецька | 84313, м. Краматорськ, вул. Богдана Хмельницького, 6 |
| 5 | Житомирська | 10014, м. Житомир, вул. Мала Бердичівська, 25 |
| 6 | Закарпатська | 88008, м. Ужгород, пл. Народна, 4 |
| 7 | Запорізька | 69107, м. Запоріжжя, пр. Соборний, 164 |
| 8 | Івано-Франківська | 76004, м. Івано-Франківськ, вул. Грушевського,21 |
| 9 | Київська | 04053, м.Київ, вул.Артема, 45 |
| 10 | Кіровоградська | 25022, м. Кропивницький, вул. В.Чміленка,74/42 |
| 11 | Луганська | 93400, м. Сєвєродонецьк, просп. Центральний, 59 |
| 12 | Львівська | 79005, м.Львів, вул. Конопницької, 3 |
| 13 | Миколаївська | 54030, м. Миколаїв, вул. Адміральська, 35 |
| 14 | Одеська | 65107, м. Одеса, вул. Канатна, 83 |
| 15 | Полтавська | 36000, м. Полтава, вул. Стрітенська, 44 |
| 16 | Рівненська | 33028, м. Рівне, вул. 16 Липня, 38 |
| 17 | Сумська | 40009, м. Суми, вул. Першотравнева 29 |
| 18 | Тернопільська | м. Тернопіль, 46021, вул. Грушевського, 8 |
| 19 | Харківська | 61022, м.Харків, м-н Свободи, 5, Держпром, 9 під'їзд 5 пов. |
| 20 | Херсонська | м. Херсон, вул. 295 Стрілецької дівізії, буд. 21 |
| 21 | Хмельницька | 29000, м. Хмельницький, вулиця Шевченка, 46 |
| 22 | Черкаська | 18000, м.Черкаси, бульвар. Шевченка 185 |
| 23 | Чернівецька | 58010 м. Чернівці, вул. Грушевського 1 |
| 24 | Чернігівська | 14005, м. Чернігів, вул. Івана Мазепи, 1б |
| 25 | м. Київ | 01001, м. Київ, вул. Прорізна, 19 |

\* - адреса може бути змінена в процесі погодження відправлення друкованих матеріалів

**Додаток 1.2**

**До Технічного завдання**

**Розподіл друкованого матеріалу по регіонах**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Регіон | плакат «Правила одягання ЗІЗ» | плакат «Правила зняття ЗІЗ» | брошура «Небажані реакції при використанні антимікробних препаратів» | флаер формату А5 «Режими периопераційної антибіотикопрофілактики при хірургічних втручаннях» |
| 1 | Вінницька | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 2 | Волинська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 3 | Дніпропетровська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 4 | Донецька | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 5 | Житомирська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 6 | Закарпатська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 7 | Запорізька | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 8 | Івано-Франківська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 9 | Київська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 10 | Кіровоградська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 11 | Луганська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 12 | Львівська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 13 | Миколаївська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 14 | Одеська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 15 | Полтавська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 16 | Рівненська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 17 | Сумська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 18 | Тернопільська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 19 | Харківська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 20 | Херсонська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 21 | Хмельницька | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 22 | Черкаська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 23 | Чернівецька | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 24 | Чернігівська | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 25 | м. Київ | 100 | 100 | 100 | 100 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Вимога** | **Підтвердження відповідності** |
| Пакування | Продукція повинна бути упакована згідно Заявки наданої покупцем (в крафт-папір або інший пакувальний матеріал)  Пакування продукції має забезпечити її цілісність і неушкодженість під час транспортування.  Пакувальний матеріал має бути непошкоджений і має щільно прилягати до Продукції. Для обв'язування треба використовувати шпагат, полімерну стрічку або інший обв'язувальний матеріал. Обв'язувальний матеріал має щільно прилягти до пакування та забезпечити надійне скріплення пакування.  На одному з боків пакувальної одиниці наклеюється паперовий ярлик з назвою Продукції, кількістю та інша інформація, що обов’язково зазначається для даного виду Продукції |

**Пакування, відвантаження і доставка Продукції**

1. Друк виконується за оригіналом-макетом, переданим Замовником переможцю конкурсу.

***2. Виконавець гарантує проведення адаптації макету за свій рахунок у разі необхідності!***

3. Для підтвердження коректного відображення кольорів (CMYK) Виконавець надає пробний примірник продукції протягом 2 (двох) робочих днів після затвердження макету.

4. Заміна неякісної поліграфічної продукції протягом 10 (десяти) робочих днів з моменту виявлення такого браку.

5. Доставка продукції до кінцевого адресата (одна адреса на регіон) проводиться відповідно до розподілу Центру громадського здоров’я (Додаток 1.2.).

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

Додаток № 2

**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 (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність),** в наступному обсязі:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Назва послуг\*** | | **Терміни надання послуг** | **Кількість,** | **Ціна (за одиницю послуги грн)** | **Ціна (загальна, грн)** |
| 1 | Розробка плану та виділення основних тем для комунікації в рамках інформаційної кампанії | | Протягом 20 робочих днів з дати підписання договору. | 1 |  |  |
| 2 | Створення інфографічних зображень із проблематикою та правилами використання антимікробних препаратів та правилами ІК (щоденно), обкладинки на конкурс та тесту | | 7 |  |  |
| 3 | Розміщення матеріалів на партнерських майданчиках в соцмережах (публікації) | | Від 5 публікацій |  |  |
| 4 | Домовленість з Лідерами думок (публікації інформації/інтерв’ю щодо інформаційної кампанії, тощо) | | Від 5 |  |  |
| 5 | Написання статей/матеріалів для ЗМІ | | 2 |  |  |
| 6 | Розміщення публікацій в ЗМІ | | 2 |  |  |
| 7 | Організація ТВ та радіо ефірів | | Від 1 |  |  |
| 8 | Розробка тесту для широкої аудиторії | | 1 |  |  |
| 9 | Запуск та адміністрування тижня «Антибіотик за рецептом» в соцмережах:- запуск тесту, запуск конкурсу, публікація постів | | 1 |  |  |
| 10 | Медіамоніторинг та підготовка звіту по медіамоніторгингу | | **1** |  |  |
| 11 | Створення дизайн-макету брошури «Небажані реакції при використанні антимікробних препаратів» | | **1** |  |  |
| 12 | Створення дизайн-макету флаєру «Режими периопераційної антибіотикопрофілактики при хірургічних втручаннях» | | **1** |  |  |
| 13 | Друк та доставка брошури «Небажані реакції при використанні антимікробних препаратів» | | **2500** |  |  |
| 14 | Друк та доставка флаєру «Режими периопераційної антибіотикопрофілактики при хірургічних втручаннях» | | **2500** |  |  |
| 15 | Друк, ламінація та доставка плакату «Правила одягання ЗІЗ» | | **2500** |  |  |
| 16 | Друк, ламінація та доставка плакату «Правила зняття ЗІЗ» | | **2500** |  |  |
|  | **Всього (грн. без ПДВ):** | | |  | | |
|  | **Умови співпраці\*** | | | **Відповідність вимогам / згода (ТАК / НІ)** | | |
| 1 | **Загальний строк договору:** | початок: | З дати підписання договору | кінець: 25.12.2020 | | |
| 2 | **Умови оплати:** | Оплата здійснюється на умовах оплати 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 Рекламних та маркетингових послуг (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність) в рамках проекту 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: «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 р.

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

Додаток № 3

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 Рекламних та маркетингових послуг (Послуги з проведення інформаційної кампанії "Антибіотик за рецептом", включаючи друк матеріалів, медіамоніторинг та звітність) в рамках реалізації проекту 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 № 4

****

**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.