



ЗАПИТ НА ПРОПОЗИЦІЮ (ЗНП)

Всі зацікавлені	Дата: 4 листопада 2014
	ПОСИЛАННЯ: RFP UKR/2014/065

Шановні Пані/Панове:

Запрошуємо Вас надати заявку на **розробку та реалізацію «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»)**

Будь ласка користуйтеся формою в Додатку №2 тендерного документу у підготовці Вашої пропозиції.

Заявки мають бути подані до 23:59 (за київським часом) **Середи, 19 листопада 2014** на електронну адресу:

Програма розвитку ООН в Україні
tenders.ua@undp.org
Відділ закупівель

Ваша заявка має бути подана **Англійською чи Українською мовою** та мати строк дії не менше **90 днів** з моменту подачі.

При підготовці вашої Пропозиції Ви несете відповідальність за те, щоб вона надійшла за вищевказаною адресою не пізніше встановленого терміну. Пропозиції, отримані ПРООН після встановленого терміну подачі, незалежно від причини, розглядатися не будуть. Якщо ви відправляєте свої Пропозиції електронною поштою, переконайтеся, що вони підписані, відправляються у форматі .pdf і в них відсутні віруси або пошкоджені файли.

Увага! Заявник має створити 2 архіви (**Тільки формату *. zip**): один має включати **технічну частину** заявки, інший – **фінансову частину** та має бути захищений паролем. Обидва файли мають бути прикріплені до електронного листа.

Офіційний запит електронною поштою від відділу закупівель ПРООН на надання паролю до фінансової частини буде надісланий під час оцінки заявок тільки компаніям, що пройшли мінімальний технічний бал. Будь ласка, не надавайте пароль раніше офіційного запиту та не включайте його до листа з технічною частиною.

Електронні листи **не мають перевищувати розмір 5 мб**. Заявки розміром більше 5 мб. мають бути розділені на декілька частин (**не більше 5 частин, в іншому випадку заявка може бути неповною і не буде прийнята до розгляду**); кожен лист має бути промаркований «частина x з y» в додаток до необхідного маркування згідно з тендерним документом. Листи розміром більше 5мб. не будуть доставлені до адресата. Успішно надіслана заявка буде підтверджена автоматичною відповіддю.

Заявник має промаркувати електронний лист/и:

Тема листа має включати: **«ЗНП УКР/2014/065»** та назву тендера **«Розробка та реалізація «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»)»**.

Зміст листа має включати: **Назву/Ім'я заявника**

Архівні файли мають бути названі: **Технічна частина** та **Фінансова частина**

Примітка: якщо електронні листи або архівні файли не будуть позначені згідно з інструкціями, ПРООН знімає з себе відповідальність за можливу помилкову обробку або відкриття заявки.

Запропоновані послуги будуть розглядатися і оцінюватися виходячи з повноти Пропозиції та її відповідності вимогам ЗНП, а також іншим додаткам, в яких повідомляються додаткові вимоги ПРООН.

Обрана пропозиція має відповідати всім вимогам і критеріям оцінки та запропонувати найкраще співвідношення ціна-якість. На цій підставі укладається договір. Будь-яка пропозиція, що не відповідає вимогам, буде відхилятися.

Якщо існує розбіжність між ціною за одиницю продукції і загальною вартістю, то ПРООН здійснює перерахунок. Перевага надається ціні за одиницю продукції, а загальна ціна має бути скоригована. Якщо Постачальник не приймає остаточну вартість, відповідно до перерахунку ПРООН та виправленим помилкам, пропозиція відхиляється.

Після отримання пропозиції ПРООН не приймає ніяких змін у ціні, чим би вони не були викликані: ескалацією, інфляцією, коливаннями обмінних курсів або будь-якими іншими факторами ринку. На момент прийняття рішення про укладення контракту або Замовлення на купівлю ПРООН залишає за собою право змінювати (збільшувати або зменшувати) кількість послуг та / або товарів не більше, ніж на двадцять п'ять відсотків (25%) від загальної пропозиції без зміни при цьому ціни за одиницю або інших положень і умов.

Будь-який договір або замовлення на закупівлю, що буде випускатися на підставі даного ЗНП повинен відповідати Загальним положенням та умовам, що додаються до цього документу. Сам акт подачі пропозиції означає, що постачальник послуг беззастережно приймає Загальні положення та умови ПРООН, прикладені тут в якості Додатка 3.

Візьміть до уваги, що ПРООН залишає за собою право не приймати будь-яку пропозицію або укладати контракт / оформляти Замовлення на купівлю, як і не несе відповідальності за будь-які витрати, пов'язані з підготовкою і подачею Постачальником пропозиції, незалежно від результату або способу проведення процесу відбору.

Існуюча в ПРООН процедура подачі постачальниками протестів має на меті надати можливість особам і компаніям, які не отримали Замовлення на купівлю або контракт в ході конкурсного процесу закупівлі, подавати апеляції. У випадку, якщо ви вважаєте, що з вами вчинили нечесно, ви можете знайти докладну інформацію про процедури подачі протесту продавцями за наступним посиланням: <http://www.undp.org/procurement/protest.shtml>.

ПРООН закликає кожного потенційного постачальника послуг уникати і запобігати конфліктам інтересів шляхом інформування ПРООН в разі, якщо ви, ваші філії або ваш персонал були задіяні у підготовці вимог, оформлення, технічних характеристик, цінових показників та іншої інформації, використаних в даному ЗНП.

ПРООН не сприймає шахрайство та інші заборонені методи і вважає своїм обов'язком запобігати, виявляти і усувати будь-які подібні дії і вчинки проти ПРООН, а також третіх сторін, задіяних у роботі ПРООН. ПРООН сподівається, що постачальники послуг будуть дотримуватися Кодексу поведінки постачальника ООН, який можна знайти за наступним посиланням: http://www.un.org/depts/ptd/pdf/conduct_english.pdf

Дякую за увагу. Очікуємо на Ваші пропозиції.

З повагою,

Пан Костянтин Ківа
Керівник операційного відділу ПРООН

Перелік вимог

Проект	Трансформація ринку в напрямку енергоефективного освітлення
Короткий опис необхідних послуг	Розробка та реалізація «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»)
ГОЛОВНА МЕТА:	ПРООН запрошує компанії із відповідним рівнем компетентності надати свої пропозиції щодо проведення соціальних та BTL-заходів в рамках «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції») за наступним переліком: - Розробити концепцію/креативні ідеї та сценарій соціальних заходів з ЕЕО для їх проведення в містах України з чисельністю населення менше ніж 200000 осіб. - Провести соціальні заходи в 20 містах з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб у 24 областях України. - Розповсюдити сувенірну продукцію (набір «Капелюх та шарф», віяла, магніти) костюмованими аніматорами в рекреаційних туристичних зонах України (обласних центрах/містах/районних центрах/селах).
Особа, відповідальна за контроль виконання роботи постачальником послуг	Менеджер проекту ПРООН
Частота надання звітів	Згідно з ТЗ
Вимоги до звітності про хід робіт	Згідно з ТЗ
Місце виконання робіт	☐ Точна адреса ☒ За місцем підрядника
Очікуваний час роботи	7 місяців з моменту підписання договору

Задана дата початку проекту	Грудень 2014
Очікувана дата завершення	Серпень 2015
Очікувані поїздки	Згідно з ТЗ
Спеціальні вимоги безпеки	н/а
Оснащення, що буде надане ПРООН (тобто те, що має бути виключено з цінової пропозиції)	Проект не надає приміщення, обладнання, допоміжних працівників, послуги або допомогу з логістикою
Графік реалізації із зазначенням розбиття і термінів діяльності	☒ Необхідний ☐ не потрібний
Імена і резюме осіб, які братимуть участь у наданні послуг	☒ Необхідний ☐ не потрібний
Валюта пропозиції	☒ Долар США (надається перевага) ☐ Євро ☒ Грн. (якщо в заявці вказано дві валюти, ПРООН використовує валюту USD за офіційним курсом ПРООН станом на листопад 2014 для проведення відповідної оцінки, деталі: treasury.un.org)
Податок на додану вартість пропозиції	☒ повинно бути з врахуванням ПДВ та інших застосовних непрямих податків (ПДВ повинен бути чітко вказаний в окремому рядку) ☐ повинно без врахуванням ПДВ та інших застосовних непрямих податків
Термін дії пропозицій (вираховується з дня)	☐ 60 днів ☒ 90 днів ☐ 120 днів

подачі пропозицій)	За виняткових випадків ПРООН може попросити учасника пропозиції продовжити термін дії пропозиції, що зазначений у даному ЗНП. У цьому випадку Підрядник повинен підтвердити свою згоду у письмовій формі без внесення будь-яких змін в пропозицію.				
Неповні пропозиції	☒ Не допускаються ☐ Допускаються				
Умови оплати ¹	№	Аванс Види робіт	%	Оплата, що здійснюється після надання наступних послуг/видів робіт	%
	1.	1.1. Виробництво демонстраційно-реklamних стендів зі столом-трибуною. 1.2. Проведення соціальних заходів у 20 містах з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб у 24 областях України.	Up to 20%	1.3. Звіт зі схваленої методології та плану робіт з реалізації «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»).	20%
	2.			2.1. Розроблено концепцію/креативні ідеї та сценарій соціальних заходів з ЕЕО. 2.2. Виготовлено демонстраційно-реklamні стенди зі столом-трибуною.	10%
	3.			3.1. Розповсюджено 150000 наборів «Капелюх та шарф» та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 20 зимових рекреаційних туристичних зонах України (Львівська, Ужгородська, Івано-Франківська, Полтавська області).	20%
	4.			4.1. Проведено соціальні заходи з ЕЕО у 10 містах із населенням з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб.	20%
	5.			5.1. Розповсюджено 500000 віял та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 50 літніх рекреаційних туристичних зонах	10%

¹ ПРООН дотримується правила не робити авансову передплату після підписання контракту. Якщо постачальник послуг наполягає на передплаті, вона не повинна перевищувати 20% загальної вартості, заявленої у пропозиції. Для передплати більш високого відсотка або суми, що перевищує \$ 30 000, ПРООН має право вимагати від постачальника надання банківської гарантії або банківського чека, що підлягає оплаті ПРООН, на ту ж суму, яка виплачується ПРООН авансом постачальнику

			України (Запорізька, Донецька, Одеська, Миколаївська, Херсонська, Полтавська області). 5.2. Проведено соціальні заходи з ЕЕО у 10 містах із населенням з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб. 5.3. Звіт з Кампанії «Всеукраїнська інформаційна кампанія з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»), що затверджено на зустрічі з командою Проекту TMEL.	
Особи (особа), відповідальні і за перевірку / схвалення результатів / виконання послуг і за здійснення оплати	Менеджер проекту ПРООН			
Тип контракту, який пропонується укласти	☐ Замовлення на закупівлю ☐ Інституційний договір ☒ Договір на надання професійних послуг ☐ Довгостроковий договір ☐ Інший тип договору			
Критерії укладення контракту	☐ Найнижча ціна серед пропозицій, що відповідають технічним вимогам ☒ Найвищий сумарний бал (розраховується на підставі 70% від технічної пропозиції і 30% від фінансової пропозиції) ☒ Повне прийняття всіх загальних положень та умов (ЗУП) ПРООН. Це обов'язковий критерій, який не може опускатись виходячи з характеру запитуваних послуг. Незгода з ЗУП може стати причиною відхилення пропозиції.			
Критерії для оцінки пропозиції	<u>Технічна пропозиція (70%)</u> ☒ Досвід компанії/організації, яка подає заявку 26% ☒ Якість запропонованої методології, підходу та плану робіт 46% ☒ Ключовий персонал 30% <u>Фінансова пропозиція (30%)</u> Розраховується як відношення пропозиції заявника до пропозиції з найнижчою ціною серед усіх учасників тендеру.			
ПРООН укладе контракт з:	☒ Тільки з одним підрядником ☐ Одним або декількома учасниками, за наступними умовами:			

Додатки до цього ЗНП	☒ Форма подачі пропозиції (Додаток 2) ☒ Загальні положення та умови ПРООН – Доступні за посиланням: http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/procurement/how_we_buy/contract_terms/ ☒ Детальне технічне завдання та критерії оцінки (Додаток 3) ☒ Приклад договору на надання професійних послуг (Додаток 4)
Контактна особа для уточнень (Запити тільки в письмовому вигляді) ²	<i>Відділ закупівель</i> <i>ПРООН в Україні</i> <i>procurement.ua@undp.org</i> Затримка відповіді ПРООН не є причиною для продовження терміну подачі, якщо тільки ПРООН не встановила, що таке продовження необхідне, і не повідомить про нові остаточні терміни.
Документи необхідні для подачі пропозиції	☒ Заповнена та підписана форма для подачі пропозиції (Додаток 2) ☒ Реєстраційні документи (копії документів державного / податкового обліку) ☒ Інші сертифікати (якщо є) ☒ Фінансова звітність (аудиторський висновок або копії балансу та фінансових результатів за останні 2 роки) ☒ Резюме запропонованих членів команди ☒ Листи відгуки від найбільших замовників за останні 2 роки (3 листи мінімум)
Інша інформація, щодо цього ЗП	<u>Адміністративні вимоги:</u> Запропоновані заявки будуть оцінені на основі «відповідності» та «невідповідності» формальним критеріям/вимогам: ✓ Заявки мають бути подані вчасно згідно з встановленим кінцевим терміном ✓ Заявки мають відповідати встановленому терміну дії ✓ Заявки мають бути підписані вповноваженим представником ✓ Заявки мають включати всі необхідні документи про компанію/організацію, включаючи юридичний статус та реєстрацію ✓ Заявки мають відповідати загальним адміністративним вимогам: a) Компанія/організація має бути зареєстрована згідно з чинним законодавством; b) Мінімальний професійний досвід – 5 років. Інша інформація доступна на сайті http://www.ua.undp.org/content/ukraine/en/home/operations/procurement/. Інші деталі за адресою procurement.ua@undp.org.

² Ця контактна особа та адреса офіційно встановлені ПРООН. Якщо запити будуть направлятися іншій особі / іншим особам або на іншу адресу / інші адреси, навіть якщо ці особи є персоналом ПРООН, ПРООН Не бере на себе зобов'язання відповідати на такі запити або підтверджувати їх отримання.

ФОРМА ПОДАЧІ ПРОПОЗИЦІЇ ПОСТАЧАЛЬНИКА ПОСЛУГ³

(Дана форма повинна надсилатися тільки з офіційною шапкою / на бланку постачальника послуг⁴)

місце
дата

До: [Вкажіть: ім'я та адресу контактної особи в ПРООН]

Шановні Пані/Панове:

Ми, що нижче підписалися, пропонуємо ПРООН наступні послуги у відповідності з вимогами, вказаними в ЗНП УКР/2014/045 від [вказати дату], і всіма додатками до даного ЗНП, а також із Загальними положеннями та умовами ПРООН:

А. Кваліфікаційні вимоги до постачальника послуг

Стислий опис компанії/організації	
Постачальник послуг повинен описати і пояснити, як і чому він підходить для виконання вимог ПРООН, і вказати таке:	
Повна назва	
Різ заснування	
Юридичний статус	Якщо консорціум, письмове підтвердження кожного учасника є необхідним.
Юридична адреса	
Поштова адреса	
Банківських рахунок	
Статус платника ПДВ	
Ім'я контактної особи	
Електронна пошта контактної особи	
Телефон контактної особи	

³ Дана форма є основою для постачальника послуг при оформленні пропозиції.

⁴ Офіційна шапка / бланк повинні містити контактну інформацію: адреси, електронну адресу, номери телефону та факсу - для верифікації

Основні напрямки роботи компанії/організації	
Параметри - опис характеру діяльності підприємства, галузі спеціалізації, ліцензій, сертифікатів, повноважень;	Вкажіть тут
Ліцензії на ведення комерційної діяльності - реєстраційні документи, свідоцтво платника податків і т.д.	ЄДРПОУ, Реєстраційний номер платника податків Копії реєстраційних документів та свідоцтва платника податків мають бути прикладені
Останній перевірений фінансовий звіт - звіт про фінансові результати та балансова відомість для підтвердження фінансової стабільності, ліквідності, кредитоспроможності і репутації на ринку і т.д.; (за 2012 -2013 роки)	Копії документів мають бути прикладені
Результати минулої діяльності за останні 5 років	Вкажіть список клієнтів, які отримали ті ж послуги, що потрібні ПРООН, опис предмета договору, зазначення терміну і суми контракту, а також завдань за контрактом короткий опис попередніх досліджень, які проводила Організація (перелік);
Сертифікати і норми відповідності	Вкажіть інформацію про сертифікати якості, реєстрація патентів, сертифікати про екологічної стійкості і т.д (якщо є)
Контактна інформація минулих клієнтів	Листи відгуки, прикладіть копії
Компанія не знаходиться у Списку 1267/1989 Ради Безпеки ООН, Списку управління закупівель ООН або будь-якому іншому списку неблагонадійності ООН	Так/Ні

В. Методологія виконання завдання

Постачальник послуг повинен описати, яким чином він буде виконувати вимоги ЗП; надати детальний опис основних експлуатаційних характеристик, повідомити про умови і механізми забезпечення якості, які будуть мати місце, а також продемонструвати, що пропонується методологія буде відповідати місцевим умовам і контексту роботи.

Має включати в себе:

- *Детальний опис заходів, які будуть проводитися за цим контрактом у формі заявки, яка міститиме щонайменше такі розділи: методологія та очікувані результати; план виконання по кожному результату; управління; методи контролю якості і т.д. Методологія проведення дослідження; Робочий план реалізації проекту*
- *Заявник має подати список та короткий опис подібних до цього досліджень (засвідчення в будь-якому форматі із вказанням тематик, об'єктів, замовника і контактних даних),*

- Заявник має подати внутрішні механізми контролю якості

С. Кваліфікація основного персоналу

Постачальник послуг повинен надати наступне:

- а) Імена та кваліфікацію основного персоналу, який буде надавати послуги, із зазначенням керівника групи, допоміжного персоналу і т.д.
 б) Резюме, що свідчать про необхідної кваліфікації; і
 в) Письмове підтвердження від кожного співробітника, що він зможе виконувати свої обов'язки протягом усього часу дії контракту.

Мінімальний перелік: (Вимоги наведені в технічному завданні):

- Керівник проектної групи;
- Експерт з проведення соціальних заходів з ЕЕО
- Експерт з розповсюдження друкованих матеріалів та сувенірної продукції

Фінансова пропозиція.

Секції D та E мають бути подані в окремому захищеному паролем архіві. Будь-ласка, не вказуйте жодної фінансової інформації в технічній частині та не надавайте пароль до архіву до моменту офіційного запиту відділом закупівель. При порушенні будь-якого з правил Ваша заявка може бути відхилена.

D. Аналіз витрат за результатами*

	Результати [вказіть їх перелік згідно з ЗНП]	Процент загальної ціни (Питома вага платежу)	Ціна (Загальна сума, все включено) вкл. ПДВ
1	Результат 1		
2	Результат 2		
3			
	Загалом	100%	

*Це бути основою для виплати траншів

E. Розбивка витрат за їх складовою [Це тільки приклад але дотримуйтесь відповідних категорій] :

Перелік діяльності	Винагорода за од. часу	Тривалість діяльності	Кількість персоналу	Загальна ціна
I. Персонал				
1. Послуги				
а. Експертиза 1				
б. Експертиза 2				
2. Послуги				
а. Експертиза 1				
б. Експертиза 2				
3. Послуги				

а. Експертиза 1				
б. Експертиза 2				
II. Витрати				
1. Подорожі				
2. Добові				
3. Комунікація				
4. Друк				
5. Оренда обладнання				
6. інше				
III. Інше				
Вартість без ПДВ				
ПДВ				
Загальна вартість з ПДВ				

*[Ім'я і підпис уповноваженої особи постачальника
 послуг]
 [Посада]
 [Дата]*

Технічне завдання

ВСЕУКРАЇНСЬКА ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ З ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОГО ОСВІТЛЕННЯ

(2 ЕТАП «СОЦІАЛЬНІ ПОДІЇ ТА BTL АКЦІЇ»)

1. **Послуги що необхідно надати:** розробка та реалізація «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»)
2. **Категорія:** професійні послуги
3. **Місце виконання робіт та очікувані місця службових відряджень:** Київ і 24 області України (за виключенням АР Крим та міста Севастополь), охоплюючи регіональні центри, міста та села.
4. **Термін виконання робіт:** 9 місяців (грудень 2014 - серпень 2015)
5. **Довідкова інформація про проект**

5.1. Відповідна довідкова інформація про Проект

Однією з основних цілей Проекту "Трансформація ринку в напрямку енергоефективного освітлення» (TMEL) є зниження викидів парникових газів за рахунок збільшення проникнення на ринок продукції енергоефективного освітлення (ЕЕО), підвищення щорічного попиту на неї в Україні на 10-15% та рівня обізнаності українців про ЕЕО на 20%.

З метою досягнення цих цілей Проект TMEL в грудні 2012 - травні 2013 реалізував 1 етап «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення» (Кампанія).

Кампанію було проведено підприємством ММКГ у всіх 24 областях України і АР Крим. Вона була направлена на всі сегменти споживчого ринку (населення від 17 років і старше), в тому числі на мешканців сільської місцевості, середніх та малих міст, обласних центрів.

Для проведення цієї Кампанії було використано такі основні інформаційні/маркетингові інструменти:

- розробка та розміщення відеоролика з ЕЕО на національних, нішевих та регіональних телеканалах;
- розробка та розміщення інформаційного ролика з ЕЕО на національних радіо станціях;
- розробка та розміщення інформаційних плакатів з ЕЕО на бігбордах та сіті-лайтах;
- розробка та розміщення тематичних WEB-сторінок з ЕЕО в соціальних мережах;
- розробка і розміщення інформаційних банерів на інтернет-порталах;
- розробка та розміщення тематичних статей з ЕЕО в друкованих виданнях;
- розробка та розміщення інформаційного блоку з ЕЕО на рахунках за комунальні послуги;
- розробка і розповсюдження інформаційних буклетів з ЕЕО для студентів;
- розробка і розповсюдження інформаційних буклетів з ЕЕО для співробітників екологічного сектору;
- розробка і розповсюдження інформаційних буклетів з ЕЕО для підприємств, що надають комунальні послуги;
- розробка та розповсюдження інформаційних листівок з ЕЕО в житлових кварталах, під'їздах та ліфтах.

Дослідження впливу інформаційної Кампанії на споживчий попит і його динаміку, рівень обізнаності українського населення щодо ЕЕО в 2013 році порівняно з 2012 було проведено ТОВ Квітень. Результати дослідження показали наступне:

1 Можливості/Сильні сторони:

1.1 Реалізований попит на енергоефективні (ЕЕ) лампи збільшився на 11%. При цьому Кампанія мала значний стимулюючий ефект, що сприяло залученню нових покупців ЕЕ ламп у кількості більш, ніж 5%.

1.2 Зафіксовано підвищення рівня обізнаності населення щодо переваг ЕЕО на 7%. Завдяки проведенню Кампанії, цей показник підвищився на 3.6%.

1.3 Соціальна ефективність Кампанії відповідала середньому рівню (39%), що продемонструвало досить високі позитивні соціальні результати Кампанії при оптимальних маркетингових зусиллях.

1.4 Кампанія включала такі маркетингові інструменти, які мали ефективні інформаційний і стимулюючий ефект на населення великих, середніх та малих міст, селищ: зовнішня та телевізійна реклама.

2. Загрози/Слабкі сторони:

2.1 Кампанія мала недостатній вплив на наступні сегменти споживчого ринку:

- населення літніх і зимових рекреаційних туристичних зон України (міста/районні центри/села);
- населення міст/районних центрів/сіл східної, західної, північної, центральної та південної України.

2.2 Кампанія не включала такі ефективні маркетингові інструменти, які мають значний інформаційний та стимулюючий вплив на населення: реклама на транспорті, соціальні події/BTL акції.

На основі сильних і слабких сторін Кампанії було розроблено нову стратегію інформаційного проекту «Всеукраїнська інформаційна кампанія з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»)». Це є наступним логічним кроком в досягненні цілей Проекту TMEI, а саме, збільшення попиту на продукцію ЕЕО та зниження викидів парникових газів.

«Всеукраїнська інформаційна кампанія з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»)» фокусується на нівелюванні слабких і зміцненні сильних сторін 1-го етапу інформаційної Кампанії. Отже, основна увага буде приділятися зонам літнього та зимового рекреаційного туризму та містам східної, західної, північної, центральної та південної України.

6. Основні стратегічні напрямки нової інформаційної кампанії

6.1. Стратегічна ціль

Збільшення попиту на продукцію ЕЕО в Україні шляхом підвищення рівня поінформованості та формування позитивного відношення населення до неї.

6.2. Сегменти ринку

Другий етап Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення направлено на такі сегменти споживчого ринку продукції ЕЕО:

- населення та туристи літніх та зимових рекреаційних туристичних зон України (міста/ районні центри/села);
- населення міст чисельністю мешканців до 500000 осіб східної, західної, північної, центральної та південної України.

6.3. Обсяг робіт

З метою реалізації розробленої стратегії інформаційної кампанії ПРООН запрошує компанії із відповідним рівнем компетентності надати свої пропозиції щодо її проведення за нижчезазначеними завданнями.

Виконання цих задач може базуватися на змісті продукції (інформаційні посилання, лого, слоган та інше), яка була розроблена в рамках проведеного 1-го етапу Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (www.lampochki.org.ua), а саме:

- ТБ-ролику з ЕЕО (<http://lampochki.org.ua/a5/>);

- інформаційних буклетів з ЕЕО (<http://lampochki.org.ua/a5/>);
- тематичних статей з ЕЕО (<http://lampochki.org.ua/baner/>).

Постачальник послуг може орієнтуватись на концепцію 1-го етапу інформаційної Кампанії або запропонувати власну. Обидва варіанти буде розглянуто.

6.3.1. Розробити концепцію/креативні ідеї та сценарій соціальних заходів з ЕЕО для їх проведення в містах України з чисельністю населення менше ніж 200000 осіб.

6.3.2. Провести соціальні заходи в 20 містах з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб у 24 областях України.

Вимоги:

- тривалість заходу: 2 години на добу;
- необхідні компоненти при проведенні заходу:
 - наявність мобільної або стаціонарної сцени;
 - брендінг сцени;
 - наявність 10кВ звукового обладнання та генератора;
 - наявність розроблених друкованих матеріалів та сувенірної продукції (листівки, магніти);
 - наявність 4-х вигнутих демонстраційно-рекламних стендів зі столом-трибуною (як зазначено в пункті 6.3.3);
 - організація розважальних заходів та їх координація;
 - наявність ведучого під час проведення розважальних заходів;
 - наявність костюмованих промоутерів / аніматорів для розповсюдження друкованих матеріалів та сувенірної продукції (листівки - 100000 шт., магніти - 100000 шт.).

Претенденту буде надано шаблон брендінг-зображення для сцени.

Друк листівок буде здійснено на основі контракту укладеного між ПРООН та відповідною друкарнею. Листівки буде доставлено за адресою претендента-переможця.

6.3.3. Виготовити вигнуті демонстраційно-рекламні стенди зі столом-трибуною, дизайн яких буде розроблено відповідною компанією за контрактом з ПРООН.

Технічна специфікація вигнутого демонстраційно-рекламного стенду зі столом—трибуною:

- | | |
|--|--|
| 1. Вигнутий демонстраційно-рекламний стенд зі столом- трибуною | <p><i>Матеріали: алюміній; пластикові панелі.</i></p> <p><i>Розмір: 230*400см.</i></p> <p><i>Опції: алюмінієвий каркас; ПВХ - панелі для нанесення зображення; ребра жорсткості; магнітна стрічка для кріплення фотопанелей.</i></p> <p><i>Додаткові опції: пластиковий стіл - трибуна, додаткова ПВХ - панель, стільниця ДСП для стола-трибуни.</i></p> <p><i>Індивідуальна упаковка: футляр-чемодан на колесах або пластиковий футляр.</i></p> <p><i>Кількість - 4 шт.</i></p> |
|--|--|

6.3.4. Розповсюдити сувенірну продукцію (набір «Капелью та шарф», віяла, магніти) костюмованими аніматорами в рекреаційних туристичних зонах України (обласних центрах/містах/районних центрах/селах).

Вимоги:

- до виборці міст:

- 50 літніх рекреаційних туристичних зон України (Запорізька, Донецька, Одеська, Миколаївська, Херсонська, Полтавська області);
- 20 зимових рекреаційних туристичних зон України (Львівська, Ужгородська, Івано-Франківська, Полтавська області).

- до розповсюдження:

- 150000 наборів «Капелюх та шарф» і 250000 магнітів в 20 зимових рекреаційних туристичних зонах України; період: лютий-березень 2015 року;
- 500000 віял і 250000 магнітів в 50 літніх рекреаційних туристичних зонах України; період: червень-серпень 2015 року.

Виготовлену сувенірну продукцію (віяла, магніти, набори «Капелюх та шарф») буде доставлено на адресу компанії-переможця/претендента.

6.4 Результати, що мають бути досягнуті Підрядником

Щодо вищезазначених завдань Підрядник має отримати наступні результати та надати письмовий звіт з кількісними та якісними даними.

6.4.1. Розроблено концепцію/креативні ідеї та сценарій соціальних заходів з ЕЕО.

6.4.2. Проведено соціальні заходи з ЕЕО на основі розробленої концепції/креативної ідеї та сценарію в 20 містах із чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб. Фокусування на наступних важливих компонентах заходу:

- брендowana мобільна або стаціонарна сцена;
- проведення розважальних заходів;
- наявність ведучого під час проведення розважальних заходів;
- використання 4 вигнутих демонстраційно-реklamних стендів зі столом-трибуною;
- розповсюдження листівок і магнітів костюмованими промоутерами-аніматорами.

6.4.3. Виготовлено 4 вигнутих демонстраційно-реklamних стендів зі столом-трибуною для проведення соціальних заходів із дотриманням відповідних вимог, що надано у пункті 6.3.3.

6.4.4. Розповсюджено 150000 наборів «Капелюх та шарф» та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 20 зимових рекреаційних туристичних зонах України (Львівська, Ужгородська, Івано-Франківська, Полтавська області).

6.4.5. Розповсюджено 500000 віял та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 50 літніх рекреаційних туристичних зонах України (Запорізька, Донецька, Одеська, Миколаївська, Херсонська, Полтавська області).

7.1. Методологія

7.1.1 Для реалізації визначених завдань Підрядник повинний розробити методологію проведення «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»).

7.1.2 Запропонована методологія повинна чітко демонструвати:

- організацію/контроль, методи/схеми/логістику реалізації усіх вищезазначених завдань (пункт 6.3). При цьому, необхідно враховувати графік виконання робіт, географічне розташування/план розповсюдження/список міст та населених пунктів у відповідності до технічних завдань;

- детальні дані щодо людських ресурсів (кількість персоналу, кваліфікація, тощо), що будуть задіяні у виконанні завдань.

7.2. Дата початку та термін виконання робіт

Виконання робіт має початись у грудні 2014 року та проводитись протягом дев'яти (9) наступних місяців, починаючи від дати підписання контракту у відповідності до Орієнтовного плану виконання робіт, що надано нижче.

7.3 Обладнання та матеріали

Обладнання та матеріали, що необхідні для виконання робіт, повинні надаватися Підрядником.

7.4. Транспорт

Підрядник несе повну відповідальність щодо забезпечення транспортування, розміщення персоналу, виплату добових та інші витрати, що пов'язані з виконанням вищезазначених завдань.

8. Вимоги

8.1 Кваліфікація компанії-претендента:

- 5 років досвіду на українському ринку реклами;
- досвід у проведенні інформаційних/медіа кампаній, переважно всеукраїнських (комерційних і соціальних);
- досвід проведення соціальних/BTL заходів;
- наявність відповідних ресурсів (матеріальних, трудових, інформаційних, часових) для виконання усіх завдань, які вказано в пункті 6.3;
- знання специфіки регіонів/областей України розглядається як перевага;
- досвід у співпраці з міжнародними компаніями/організаціями розглядається як перевага.

8.2 Кваліфікація експертів

8.2.1 Керівник проектної групи:

Вимоги:

- освіта: диплом з вищої освіти з Економічних наук (Комунікації, Реклама, Маркетинг, Менеджмент тощо);
- 5 років управлінського досвіду;
- досвід у проведенні громадських інформаційних/рекламних кампаній;
- досвід у проведенні соціальних/BTL заходів;
- володіння мовами: вільно - українська, російська; середній/досконалий рівень англійської розглядається як перевага.

8.2.2 Експерт з проведення соціальних заходів з ЕЕО

Вимоги:

- освіта: диплом з вищої освіти з Економічних /Соціальних наук (Комунікації, Реклама, Маркетинг, Менеджмент, Психологія, Педагогіка тощо);
- 5 років досвіду у проведенні соціальних/BTL заходів;
- досвід у проведенні громадських інформаційних/рекламних кампаній;
- володіння мовами: вільно - українська, російська; середній/досконалий рівень англійської розглядається як перевага.

8.2.3 Експерт з розповсюдження друкованих матеріалів та сувенірної продукції

Вимоги:

- освіта: диплом з вищої освіти з Економічних /Соціальних/Технічних наук (Дизайн, Комунікації та Реклама, Маркетинг, Філологія, Товарознавство, Книгознавство тощо);
- 5 років досвіду в розробці та розповсюдженні друкованих матеріалів та сувенірної продукції, проведення BTL акцій;
- досвід у проведенні громадських інформаційних/рекламних кампаній;
- володіння мовами: вільно - українська, російська; середній/досконалий рівень англійської розглядається як перевага.

9. Організація управління

Підрядник несе відповідальність в рамках часових та якісних критеріїв у співробітництві з ПРООН за наступне:

- управління процесом реалізації завдань;
- розподіл людських ресурсів;
- логістику;
- витратами на виконання завдань.

З метою реалізації Кампанії Підрядна компанія зобов'язана працювати через свого Уповноваженого Представника (керівника групи), який також має тісно співпрацювати з Менеджером і командою Проекту TMEI ПРООН України.

Будь-які інформаційні продукти мають бути узгоджені з ПРООН в Україні для забезпечення повної відповідності до Комунікаційної Стратегії та Корпоративної Інструкції з Гласності ПРООН в Україні.

З метою контролю та моніторингу виконання робіт робочі зустрічі з Підрядником мають проводитись на щомісячній основі (і / або на вимогу ПРООН). ПРООН здійснює заключний контроль якості та оцінки робіт.

10. Звіти

10.1 Вимоги до звітності

Підрядник повинен надавати проміжні звіти і фінальний звіт про виконання «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»)

українською/російською мовою у супроводі анотації з англійської мови. Проміжні звіти і остаточний звіт мають включати всі результати в повній відповідності із Технічним завданням, плану виконання робіт. Важливо включати у звіти наступне: діаграми, кількісні та якісні дані щодо робіт, які виконано. У разі потреби необхідно вносити зміни у звіти. Інформація (результати) мають бути актуальними, достовірними і об'єктивними. Фінальний і зведений звіт повинні бути оформлені таким чином, щоб не потребувалось внесення будь-яких змін.

10.2 Використання звітів / документів

Будь-який звіт або документ може бути опубліковано або розповсюджено тільки за попередньою згодою ПРООН.

Орієнтовний план виконання робіт

№	Види робіт	Графік виконання робіт(грудень 2014 року - серпень 2015)
1.	Затвердження методології та організаційного плану проведення Кампанії.	1тиждень

2.	Підготовка і надання звіту з робіт за пунктом № 1.	1тиждень
3.	Розробка концепції/креативної ідеї та сценарію соціальних заходів з ЕЕО для їх проведення в містах України з чисельністю населення менше ніж 200000 осіб.	2- 5тиждень
4.	Підготовка та надання звіту про виконання робіт за пунктом № 3.	2/3/5тиждень
5.	Виробництво демонстраційно-рекламні стенди зі столом-трибуною - 4 шт.	2 – 6тиждень
6.	Підготовка та надання звіту про виконання робіт за пунктом № 5.	2/5/6тиждень
7.	Проведення соціальних заходів у 20 містах з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб у 24 областях України.	5 – 34тиждень
8.	Підготовка та надання звіту про виконання робіт за пунктом № 7.	7/8/10/12/14/16/18/20/22/24/26/28 /30/32/34 тиждень
9.	Розповсюдження 150000 наборів «Капелюх та шарф» та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 20 зимових рекреаційних туристичних зонах України (Львівська, Ужгородська, Івано-Франківська, Полтавська області).	7- 14тиждень
10.	Підготовка та надання звіту про виконання робіт за пунктом № 9.	9/11/13/14 тиждень
11.	Розповсюдження 500000 віял та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 50 літніх рекреаційних туристичних зонах України (Запорізька, Донецька, Одеська, Миколаївська, Херсонська, Полтавська області).	25 - 35тиждень
12.	Підготовка та надання звіту про виконання робіт за пунктом № 11.	25/27/29/31/33/35тиждень
13.	Фіналізація результатів.	35 тиждень
14.	Обговорення Звіту.	36 тиждень
15.	Затвердження Звіту на зустрічі з командою Проекту TMEL.	36 тиждень

Будь-які зміни до Орієнтовного плану виконання робіт за проханням Підрядника та / або на основі взаємного узгодження між ПРООН та Підрядником можуть бути внесені тільки після надання відповідної письмової згоди ПРООН. Будь-яке несанкціоноване порушення умов узгодженого плану може призвести до припинення дії контракту.

10.3 Графік оплати, що рекомендується

Оплату за реалізацію завдань рекомендується здійснювати у 5 етапів у відповідності до наступного графіку (табл. 10.3).

Таблиця 10.3 – Графік оплати, що рекомендується

№	Аванс Види робіт	%	Оплата, що здійснюється після надання наступних послуг/видів робіт	%
---	---------------------	---	---	---

1.	1.1. Виробництво демонстраційно-реklamних стендів зі столом-трибуною. 1.2. Проведення соціальних заходів у 20 містах з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб у 24 областях України.	До 20%	1.3. Звіт зі схваленої методології та плану робіт з реалізації «Всеукраїнської інформаційної кампанії з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»).	20%
2.			2.1. Розроблено концепцію/креативні ідеї та сценарій соціальних заходів з ЕЕО. 2.2. Виготовлено демонстраційно-реklamні стенди зі столом-трибуною.	10%
3.			3.1. Розповсюджено 150000 наборів «Капелюх та шарф» та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 20 зимових рекреаційних туристичних зонах України (Львівська, Ужгородська, Івано-Франківська, Полтавська області).	20%
4.			4.1. Проведено соціальні заходи з ЕЕО у 10 містах із населенням з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб.	20%
5.			5.1. Розповсюджено 500000 віял та 250000 магнітів костюмованими аніматорами в 50 літніх рекреаційних туристичних зонах України (Запорізька, Донецька, Одеська, Миколаївська, Херсонська, Полтавська області). 5.2. Проведено соціальні заходи з ЕЕО у 10 містах із населенням з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб. 5.3. Звіт з Кампанії «Всеукраїнська інформаційна кампанія з енергоефективного освітлення (2 етап «Соціальні події та BTL акції»), що затверджено на зустрічі з командою Проекту TMEL.	10%

11. Критерії оцінювання

Оцінка пропозицій здійснюватиметься у два етапи, причому оцінка технічної пропозиції повинна бути завершена до відкриття і порівняння будь-якої фінансової пропозиції. Будуть розглянуті фінансові пропозиції тільки тих заявок, які набрали прохідний технічний бал в розмірі 70% (або 350 балів) з 500 можливих балів за результатами оцінки їх технічних пропозицій.

На першому етапі технічна пропозиція оцінюється на предмет її відповідності Технічному Завданню (ТЗ) відповідно до нижченаведених Критеріїв оцінювання.

На другому етапі вивчатимуться фінансові пропозиції всіх учасників конкурсу, які набрали прохідний бал 70% за результатами технічної оцінки.

Загальна оцінка проводитиметься за методом кумулятивного аналізу, згідно з яким частки технічних і фінансових аспектів у загальній оцінці складатимуть 70% і 30% відповідно. Найдешевша фінансова пропозиція

(з-поміж заявок, які набрали прохідний технічний бал) буде обрана в якості відправної точки і їй буде присуджено максимальну кількість балів за фінансову частину. Всі інші фінансові пропозиції отримають кількість балів, яка є зворотно пропорційною заявленій ціні; наприклад, 300 балів x найнижчу ціну / ціну, заявлену в пропозиції.

Переможе пропозиція, яка набрала найвищий загальний бал, що визначається за допомогою складання балів, отриманих в результаті технічної і фінансової оцінок відповідно. Контракт буде укладено з заявником, який подав переможну пропозицію.

Оціночна матриця

Технічну пропозицію Претендента буде оцінено на основі оціночної матриці (таблиця 11.1).

№	Перелік вимог	Максимальна кількість балів
ФОРМА 1: Досвід організації		
1.1	Репутація та надійність (фінансова стабільність/рекомендаційні листи/список клієнтів/рейтинг компанії): 1.1.1) Фінансова стабільність: А) - річний оборот менше 150 000 \$: 0-3 балів; - річний оборот від 150 000 to 250 000 \$: 4-6 балів; - річний оборот більше 250 000 \$: 7-10 балів. В) - коефіцієнт поточної ліквідності менше 0.6 : 0-3 балів; - коефіцієнт поточної ліквідності від 0.6 до 1: 4-6 балів; - коефіцієнт поточної ліквідності більше 1: 7-10 балів. 1.1.2) Рекомендаційні листи від як мінімум 3 клієнтів/партнерів: - від 3 клієнтів: 5 балів; - від більше, ніж 3 клієнтів: 10 балів; чим більше рекомендаційних листів, тим вище бал. 1.1.3) рейтинг компанії: - компанія не є членом будь-якої професійної асоціації : 0 балів; - компанія є членом будь-якої професійної асоціації: 10 балів; 1.1.4) Згадування/посилання про компанію у ЗМІ: - відсутні: 0 балів; - є згадування/посилання про компанію: 6 балів; кількість наданих балів залежить від релевантності та частоти згадувань/посилань у ЗМІ.	46
1.2	Релевантність/відповідність: 1.2.1) досвіду роботи на українському рекламному ринку (5 років): - 5 років: 5 балів; - більше 5 років: 6-10 балів; 1 бал надається за кожний рік >5, 10 балів - за досвід роботи, що перевищує 10 років; 1.2.2) досвіду в проведенні інформаційних рекламних/медіа кампаній на протязі не менше 5 років, переважно всеукраїнських (комерційних та соціальних):	60

	- від 1 до 5 кампаній: 1 - 5 балів; - від 5 до 10 кампаній: 6-10 балів; - більше 10 кампаній: 11 – 15 балів; 1.2.3) досвіду в проведенні соціальних/BTL заходів: - від 1 до 5 кампаній: 1 - 5 балів; - від 5 до 10 кампаній: 6-10 балів; - більше 10 кампаній: 11 – 15 балів; 1.2.4) знань про особливості різних регіонів/областей України. Досвід роботи: - менш, ніж у 10 регіонах: 0 – 2 балів; - у від 10 до 20 регіонах: 3 – 6 балів; - у від 21 до 24 регіонах: 7-10 балів; 1.2.5) досвіду співпраці з міжнародними компаніями/організаціями: - менше ніж з 3 компаніями/організаціями: 0 - 3 балів; - більше ніж з 3 компаніями/організаціями: 4 – 10 балів.	
1.3.	Виробничі потужності: Наявність необхідного устаткування та/або угод/планів/домовленостей на виробництво вигнутих демонстраційно-реklamних стендів, проведення соціальних заходів та BTL акцій (3 видів продукції), включаючи варіанти аутсорсінгу та/або виробничі потужності членів консорціума: - відсутність власних виробничих потужностей та довгострокових контрактів з виробниками/виконавцями: 0 балів; - наявність попередніх довгострокових контрактів з виробниками/виконавцями: 2 бали за кожний з 3-х видів продукції; - наявність діючих довгострокових контрактів з виробниками/виконавцями: 5 балів за кожний з 3-х видів продукції; - наявність власних виробничих потужностей: 8 балів за кожний з 3-х видів продукції.	24
	Сумарна кількість балів за ФОРМОЮ 1	130
Форма 2: Запропонована методологія		
2.1	Наявність відповідної методології (інструментів/схем/логістики) для виконання наступних завдань: - <i>розробка концепції/креативної ідеї та сценарію соціальних заходів з ЕЕО. Проведення соціальних заходів у 20 містах з чисельністю населення менше, ніж 200000 осіб у 24 областях України:</i> - методологію не запропоновано: 0 балів; - запропонована методологія не повністю відповідає вимогам задачі, які зазначено у технічному завданні, не деталізує важливі аспекти та/або очікувані результати: 1-15 балів; - запропонована методологія повністю відповідає вимогам задачі, які зазначено у технічному завданні; зрозуміла і належним чином представлена; охоплює всі важливі аспекти та/або очікувані результати: 16-30 балів;	60

	- розповсюдження сувенірної продукції костюмованими аніматорами в рекреаційних туристичних зонах України (міста/регіональні центри/районі центри/селища): - методологію не запропоновано: 0 балів; - запропонована методологія не повністю відповідає вимогам задачі, які зазначено у технічному завданні, не деталізує важливі аспекти та/або очікувані результати: 1-15 балів; - запропонована методологія повністю відповідає вимогам задачі, які зазначено у технічному завданні; зрозуміла і належним чином представлена; охоплює всі важливі аспекти та/або очікувані результати: 16-30 балів.	
2.2	Планування, детальний опис та розподіл ресурсів (матеріальних, трудових, часових, інформаційних (4 види ресурсів)) для виконання 3 – х завдань (виготовлення вигнутих демонстраційно-реklamних стендів; розробка сценарію та проведення соціальних заходів; розповсюдження сувенірної продукції): - не надано інформацію про планування ресурсів, їх опис та розподіл: 0 балів; - заплановано та детально описано 4 види ресурсів у розрізі 3 –х завдань: 1-33 балів; чим менше розглянуто видів ресурсів та завдань, тим менше надано балів; - розподілено 4 види ресурсів за 3 завданнями: 1-32 балів; чим менше розглянуто видів ресурсів та завдань, тим менше надано балів.	65
2.3	Наявність відповідного графіку, інструментарію (“круглі столи”, опитування, тематичні дослідження, фото/відео, комунікації, звіти тощо) та письмових форм звітів (таблиці, матриці тощо) для поточного та заключного контролю виконання усіх 3 – х завдань (п. 2.2) у відповідності до Орієнтовного плану виконання робіт, що надано у технічному завданні: - графік, інструментарій та письмові форми звітів контролю не запропоновано: 0 балів; - запропоновано графік поточного та заключного контролю: 5-10 балів; - запропоновано інструментарій поточного та заключного контролю: 5-10 балів; - запропоновано письмові форми звітів поточного та заключного контролю: 5-10 балів; - розглянуто усі 3 завдання: 1-10 балів; менше завдань, менше балів; - орієнтовний план виконання робіт, що надано у технічному завданні, прийнятий до уваги: 1-10 балів.	50
2.4	3.4.1. Застосування механізмів забезпечення/контролю якості: - не застосовуються: 0 балів; - застосовуються внутрішньо корпоративні стандарти/механізми: 7 балів; - застосовуються міжнародні стандарти/механізми: (TQM (Загальне управління якістю), стандарти ISO 9000 та інші): 10 балів. 3.4.2. Наявність відповідних стратегій/інструментарію управління ризиками, конфліктами та антикорупційної стратегії в рамках даної кампанії/проекту: - стратегії/інструментарій не запропоновано: 0 балів; - запропоновано та чітко описано заходи щодо зниження рівня ризиків: 5-25 балів; - запропоновано та чітко описано заходи щодо управління конфліктами: 0 -5 балів; - запропоновано та чітко описано антикорупційну стратегію: 0-5 балів.	45
Сумарна кількість балів за ФОРМОЮ 2		220
ФОРМА 3: Запропонована проектна група		
3.1	Керівник проектної групи	

3.1.1	Рівень та релевантність освіти (вища освіта з Економічних наук: Комунікації, Реклама, Маркетинг, Менеджмент тощо): - ступінь бакалавра/магістра/спеціаліста/кандидата чи доктора наук не економічних наук: 0 балів; - ступінь бакалавра економічних наук: 5 балів; - ступінь магістра/спеціаліста економічних наук: 10 балів; - ступінь кандидата/доктора економічних наук: 15 балів.	15
	Володіння мовами (здатність розуміти, читати, писати, розмовляти): - вільно українська і російська: 5 балів; - вільно українська/російська та середній/доскональний рівень володіння англійською мовою – 10 балів.	10
3.1.2	Управлінський досвід (5 років): - мінімум 5 років: 5 балів; - більше 5 років: 6-15 балів.	15
3.1.3	Досвід: - проведення інформаційних/реklamних кампаній: (менше 10 кампаній: 0-9 балів; більше 10 кампаній: 10 – 20 балів); - проведення соціальних та BTL заходів/кампаній: (менше 10 кампаній: 0-9 балів; більше 10 кампаній: 10 – 20 балів).	40
3.2	Експерти	
3.2.1	Експерт з проведення соціальних заходів з ЕЕО	
	Відповідність посаді та відповідний рівень освіти (вища освіта з Економічних/Соціальних наук (Комунікації, Реклама, Маркетинг, Менеджмент, Психологія, Педагогіка тощо)): - ступінь бакалавра/магістра/спеціаліста/кандидата чи доктора наук не економічних/соціальних наук: 0 балів; - ступінь бакалавра економічних/соціальних наук: 2 балів; - ступінь магістра/спеціаліста економічних/соціальних наук: 7 балів; ступінь кандидата/доктора економічних/соціальних наук: 10 балів.	10
	Володіння мовами (здатність розуміти, читати, писати, розмовляти): - вільно українська і російська: 3 балів; - вільно українська/російська та середній/доскональний рівень володіння англійською мовою – 5 балів.	5
	Досвід роботи у відповідній сфері/секторі (5 років): - проведення соціальних/BTL заходів: (менше 10 кампаній: 0-3 балів; більше 10 кампаній: 4-5 балів); (мінімум 5 років: 2 балів; більше 5 років: 3-5 балів); - проведення інформаційних/реklamних кампаній: (менше 10 кампаній: 0-3 балів; більше 10 кампаній: 4-5 балів); (мінімум 5 років: 2 балів; більше 5 років: 3-5 балів).	20
3.2.2	Експерт з розробки та розповсюдження друкованих матеріалів та сувенірної продукції	
	Відповідність посаді та відповідний рівень освіти (вища освіта з Економічних/Соціальних/Технічних наук (Дизайн, Комунікації та Реклама, Маркетинг, Філологія, Товарознавство, Книгознавство тощо)): - ступінь бакалавра/магістра/спеціаліста/кандидата чи доктора наук не економічних/соціальних/технічних наук: 0 балів;	10

	- ступінь бакалавра економічних/соціальних/технічних наук: 2 балів; - ступінь магістра/спеціаліста економічних/соціальних/технічних наук: 7 балів; - ступінь кандидата/доктора економічних/соціальних/технічних наук: 10 балів.	
	Володіння мовами (здатність розуміти, читати, писати, розмовляти): - вільно українська і російська: 3 балів; - вільно українська/російська та середній/досконалий рівень володіння англійською мовою – 5 балів.	5
	Досвід роботи у відповідній сфері/секторі (5 років): - розробка та розповсюдження друкованих матеріалів та сувенірної продукції, проведення BTL акцій: (мінімум 5 років: 5 балів; більше 5 років: 6-10 балів); - проведення інформаційних/рекламних кампаній: (менше 10 кампаній: 0-3 балів; більше 10 кампаній: 4-5 балів); (мінімум 5 років: 2 балів; більше 5 років: 3-5 балів).	20
	Сумарна кількість балів за ФОРМОЮ 3	150
	Загальний підсумок	500

Додаток 4

Договір # _____

Програма розвитку ООН (далі у тексті - "ПРООН") бажає найняти _____ належним чином засноване відповідно до законодавства України (далі у тексті - "Підрядник"), які разом іменуються "Сторони", а кожна окремо іменується "Сторона", для надання _____ (далі у тексті "Послуги") за наступним **Договором**:

1. Документи, пов'язані з Договором

- 1.1 Даний Договір укладено в рамках «Загальних умов ПРООН щодо Договорів з надання професійних послуг», які є змістом **Додатку № 1**. Положення цього Додатку забезпечують тлумачення положень цього Договору, та ні в якому разі не обмежуються змістом цього Договору та будь-якими іншими Додатками, окрім якщо сторони не вирішили інше та зазначили це в розділі 4 «Особливі умови» даного Договору.
- 1.2 Підрядник та ПРООН також погоджуються дотримуватися положень, які містяться у наступних документах, котрі повинні переважати у випадку суперечності в наступному порядку:
 - а) Цей Договір;
 - б) Технічне завдання [посилання _____], що викладено у **Додатку 2**;
 - в) Технічна пропозиція [посилання _____]. Документ не додається до цього Договору, але наявний у Сторін та відомий їм.
 - г) Цінова пропозиція від _____;
 - д) Узгоджений графік надання послуг та здійснення платежів, що викладено у **Додатку 3**;
- 1.3 Всі вищезазначені документи становлять **Договір** між Підрядником та ПРООН та замінюють собою будь-які інші усні чи письмові домовленості відносно предмету цього Договору.

1. Обов'язки Підрядника

- 2.1 Підрядник повинен виконувати та надавати Послуги, зазначені у Додатку 2, старанно, ефективно та у повній відповідності до цього Договору.
- 2.2 Підрядник виконує роботи із залученням наступних спеціалістів:
Ім'я, Спеціалізація:

2.3 Будь які зміни до зазначених вище спеціалістів мають бути попередньо погоджені у письмовій формі уповноваженим представником ПРООН, _____. 2.4 Підрядник також надаватиме усю технічну і адміністративну підтримку, необхідну для забезпечення вчасного і задовільного надання Послуг. 2.5 Підрядник надаватиме ПРООН послуги відповідно до графіку надання послуг та здійснення платежів наведеного у Додатку 3. 2.6 Підрядник подає акти виконаних робіт та звіти до ПРООН згідно з узгодженими формами. Звіти мають бути написані українською мовою та надіслані в електронній формі на наступну електронну адресу: 2.7 Підрядник представляє і гарантує правдивість будь-якої інформації чи даних, наданих ПРООН з метою виконання цього Договору, а також якості виконання завдань та звітів передбачених по цьому Договору у відповідності з високими виробничими та професійними стандартами.
2. <u>Ціна та розрахунки</u> 3.1 У разі повного та задовільного надання послуг по цьому Договору, ПРООН виплатить Підряднику фіксовану суму у розмірі _____ 3.2 Ціна цього Договору не може підвищуватись під час виконання Договору через можливі зміни цін на ринку або через коливання валютних курсів, крім випадків зміни обсягу Послуг, якщо ці зміни оформлені згідно пункту 8 цього Договору. 3.3 Виплати, здійснені ПРООН на користь Підрядника, не звільнятимуть Підрядника від його зобов'язань за цим Договором, а також не вважатимуться фактом прийняття ПРООН Послуг, наданих Підрядником. 3.4 ПРООН здійснює платежі відповідно до графіку надання послуг та здійснення платежів, що викладено у Додатку 3.
3. <u>Особливі умови</u> 3.1 Цей Договір складений українською та англійською мовами в двох примірниках. У разі виникнення суперечностей пріоритет віддається версії англійською мовою. 3.2 Всі питання стосовно надання звітів, включаючи зміст, форму, структуру та періодичність звітів, що надаються Підрядником за цим Договором, мають бути узгоджені з уповноваженим представником ПРООН _____ 3.3 Підрядник має статус платника податку на прибуток підприємств на загальних підставах
3. <u>Виставлення рахунків-фактур</u> 5.1 Підрядник повинен надсилати поштою оригінали рахунків-фактур щодо кожної оплати за Договором на адресу, зазначену в пункті 9 нижче. 5.2 ПРООН не приймає рахунки-фактури, надіслані факсом.
5. <u>Час та спосіб розрахунків</u> 6.1 Рахунки-фактури підлягають до оплати упродовж тридцяти (30) днів з моменту їхнього прийняття ПРООН. ПРООН має докласти усіх зусиль для того, аби прийняти рахунок-фактуру або повідомити Підрядника про його неприйняття в розумний термін після отримання. 6.2 ПРООН має здійснювати усі розрахунки на наступний банківський рахунок Підрядника:
6. <u>Набуття чинності. Часові обмеження.</u> 7.1 Цей Договір набуває чинності з моменту його підписання обома Сторонами та припиняється після задовільного виконання Послуг наведених у Додатку 2, але не пізніше ніж _____ року, якщо дія Договору не продовжена Сторонами в письмовому вигляді.

7.2 Всі часові обмеження, що містяться в цьому Договорі вважаються суттєвими умовами відповідно до надання послуг.

7. Зміни

8.1 Будь-які зміни до цього Договору вноситимуться за допомогою письмових домовленостей між обома Сторонами, належним чином підписаних повноважними **представниками Підрядника та ПРООН**.

8. Повідомлення

Адреси ПРООН і Підрядника для відправки повідомлень за цим Договором є наступними:

Для ПРООН :

Для Підрядника:

Якщо вищевказані умови узгоджені вами у тій редакції, в якій вони викладені у цьому Договорі та в договірних документах, проставте свої ініціали на кожному аркуші цього Договору і додатків до нього та поверніть один оригінальний примірник цього Договору, належним чином підписаний і датований, у наш офіс. З повагою,