

**ЗАПИТ НА НАДАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ПРОПОЗИЦІЙ**  
№ UKRSAFEMED166A

<b>Назва RFQ (Запиту на надання комерційної пропозиції):</b>	<b>Розробка та впровадження комунікаційної кампанії та створення брендингу Органу Державного Контролю (ОДК)</b>
--	---

«Менеджмент Сайенс фор Хелс, Інк.» (MSH), що впроваджує в Україні Проєкт USAID «Безпечні та доступні ліки» (SAFEMed), запрошує Вас надати комерційну пропозицію відповідно до вимог даного Запиту.

Пропозиції мають бути отримані не пізніше дати та часу, зазначених у наведеній нижче таблиці:

<b>Дата запиту на надання комерційної пропозиції:</b>	03 вересня 2024 року
<b>Кінцева дата для питань:</b>	06 вересня 2024 року до 18:00
<b>Кінцева дата та час надання комерційної пропозиції:</b>	18 вересня 2024 року до 18:00
<b>Контактна інформація:</b>	<a href="mailto:ua-safemed-procure@safemedua.org">ua-safemed-procure@safemedua.org</a>

**Повний опис потреб/Технічне завдання/Специфікації****1.1. Вступ**

З метою підтримки діяльності Міністерства охорони здоров'я (МОЗ) у вересні 2017 року Агентство Сполучених Штатів Америки з міжнародного розвитку (USAID) підписало восьмирічний контракт щодо впровадження проєкту «Безпечні та доступні ліки» (SAFEMed) з організацією Management Sciences for Health (MSH).

Проєкт SAFEMed застосовує передові практики у сфері зміцнення системи охорони здоров'я для створення науково обґрунтованих заходів та зміцнення фармацевтичної системи України відповідно до цілей реформи системи охорони здоров'я МОЗ.

Проєкт SAFEMed має три основні завдання, які направлені на створення сталої системи охорони здоров'я в Україні:

- 1) Зміцнення урядування в фармацевтичному секторі України;
- 2) Оптимізація фінансування фармацевтичного сектору;
- 3) Покращення доступу та забезпечення належного використання лікарських засобів в Україні.

**Всебічна оцінка та передумови створення комунікаційної кампанії ОДК**

Закон України «Про лікарські засоби» від 28.07.2022 № 2469-IX передбачає створення ОДК – нового центрального органу виконавчої влади в Україні, що забезпечуватиме високу якість, безпеку та ефективність лікарських засобів. ОДК відповідатиме за регулювання, контроль та нагляд за всіма етапами створення та впровадження лікарських засобів на ринок, включаючи їх виробництво, розповсюдження та використання.

Створення ОДК визначено рекомендаціями Європейської комісії як пріоритет на 2024-2025 роки та є однією з необхідних умов для отримання Україною статусу держави-члена ЄС. Запуск ОДК планується на 1 січня 2026 року.

**Основна мета розробки та впровадження комунікаційної кампанії** - забезпечити обізнаність, довіру та авторитет нової установи серед громадськості та професійної спільноти та міжнародних інституцій, в тому числі регуляторних органів інших країн та Європейської медичної агенції.

Відкрита комунікація надзвичайно важлива, коли мова йде про виконання зобов'язань України у частині фармацевтичного регулювання, гармонізації із європейським законодавством та відповідно створення нового регуляторного органу. Ключовим показником ефективності реалізації стратегії комунікації можна буде вважати наявність відкритої, прозорої горизонтальної комунікації на різних рівнях з таргетованою аудиторією.

Базисом для комунікаційної кампанії є стратегія створення ОДК та основні етапи самого процесу реформи регуляторної системи фармацевтичного сектору.

## **1.2. Опис послуг**

Розробка та впровадження проєкту комунікаційної кампанії передбачає виконання наступних послуг:

- розробка і реалізація комунікаційної стратегії, в тому числі комунікаційного плану по висвітленню роботи над створенням ОДК;
- створення брендингу ОДК: логотипу, фірмового стилю, темплейтів презентацій, брошур, звітів та інших необхідних медіа-матеріалів для запуску;
- забезпечення формування позитивного іміджу ОДК;
- створення впізнаваності ОДК;
- формування сталого переконання в суспільстві щодо необхідності реформи в фармацевтичному секторі та створення ОДК;
- антикризова комунікація, моніторинг настроїв таргетованої аудиторії.

**Очікується, що виконавець запропонує інструменти реалізації комунікаційної кампанії за вищезазначеними послугами.**

Таргетована аудиторія:

- громадянське суспільство
- представники органів державної влади
- представники бізнесу
- представники пацієнтських організацій
- представники професійної медичної, фармацевтичної спільноти
- міжнародні організації та інституції ЄС, в тому числі регуляторні органи країн ЄС

**Етапи реалізації комунікаційної кампанії та часові рамки:\***

**Етап 1 (Вересень - жовтень 2024). Підготовчий етап:**

1. Проведення вступної зустрічі з агенцією.
2. Розробка комунікаційної стратегії, в тому числі комунікаційного плану.
3. Аналіз найкращих комунікаційних практик інших подібних органів у світі та їх застосування в Україні (презентація).

4. Узгодження переліку необхідних медійних матеріалів та елементів брендбуку із МОЗ та SAFEMed

**Етап 2 (Вересень - листопад 2024). Створення брендбуку та медійних матеріалів:**

1. Розробка концепції фірмового стилю та логотипу (брендбук).
2. Підготовка гайдлайнів та правил використання фірмового стилю.
3. Створення темплейтів для презентацій, звітів, соціальних мереж.
4. Узгодження брендбуку з МОЗ.

**Етап 3 (Вересень - листопад 2024). Запуск комунікаційної кампанії щодо тарифів та зборів. Створення ключових повідомлень:**

1. Розробка комунікаційної кампанії та ключових повідомлень.
2. Узгодження ключових повідомлень та інструментів, каналів комунікації.
3. Розробка FAQ (Часті питання) для громадськості та професіоналів.
4. Запуск комунікаційної кампанії.
5. Розробка плану антикризових комунікацій.

**Етап 4 (Жовтень - грудень 2024). Запуск комунікаційної кампанії щодо нормативно-правових актів (НПА) та євроінтеграційного вектору реформи фармацевтичної галузі:**

1. Розробка комунікаційної кампанії по створенню та прийняттю НПА (в т.ч. змін до Закону).
2. Створення та узгодження комунікаційної кампанії по НПА.
3. Запуск комунікаційної кампанії по НПА.
4. Комунікаційна кампанія з орієнтиром на єврокомісію та європейські інституції щодо відповідності НПА актам ЄС.

**Етап 5 (Листопад 2024 - січень 2025) Комунікаційна кампанія щодо посилення інституційної спроможності майбутнього ОДК, в т.ч. висвітлення прогресу по проектах Twinning and TAIEH, та навчанню персоналу у рамках програм ЄС, білатеральній співпраці з країнами ЄС:**

1. Створення комунікаційної кампанії та узгодження повідомлень щодо навчання персоналу ДП «Державний експертний центр Міністерства охорони здоров'я України», Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками та МОЗ.
2. Комрамки щодо білатеральної співпраці.
3. Запуск комунікаційної кампанії.

**Етап 6 (Січень - лютий 2025). Висвітлення концепції лабораторного контролю:**

1. Розробка комунікаційної кампанії та ключових повідомлень для обговорення та отримання зворотного зв'язку щодо концепції лабораторного контролю.
2. Розробка FAQ (Часті питання) для громадськості та професіоналів.

3. Організація зустрічей з представниками фармацевтичної індустрії.

**Етап 7 (Лютий - березень 2025). Розробка комунікаційної стратегії щодо структури та перехідного періоду ОДК:**

1. Визначення комунікаційних процесів ОДК та плану їх впровадження.
2. Спільно з командою МОЗ підготовка матеріалів для внутрішніх комунікацій наявного персоналу та плану їх комунікації.
3. Комунікаційна імплементація плану переходу функціоналу та персоналу відповідних державних підприємств до ОДК, нових процедур та процесів.

**Етап 8 (Березень - квітень 2025). Запуск комунікаційної стратегії щодо прозорості конкурсів на посади ОДК. Створення ключових повідомлень:**

1. Розробка комунікаційної рамки та ключових повідомлень.
2. Узгодження ключових повідомлень та інструментів комунікації.
3. Розробка FAQ (Часті питання) для громадськості та професіоналів.
4. Запуск комунікації.

*\* Етапи імплементації можуть бути змінені залежно від розробленої та погодженої з замовником комунікаційної стратегії та плану.*

Під час кожного етапу (окрім брендингу) при необхідності проводити забезпечення комунікації з відповідними зацікавленими сторонами щодо змін та нововведень, що включатиме та не обмежуватиметься наступним:

- Проведення зустрічей з представниками фармацевтичної індустрії, лікарями, пацієнтами тощо.
- Вихід в ефір для інформування громадськості про роботу ОДК.
- Планування та проведення офіційних презентацій, прес-конференцій та інших заходів для запуску ОДК.
- Забезпечення медіа-підтримки та висвітлення подій у ЗМІ.
- Встановлення каналів для зворотного зв'язку від зацікавлених сторін.
- Напрацювання плану кризових комунікацій на будь-якому етапі реалізації комунікаційної стратегії за необхідності.

**Результати:**

- ✓ Етап 1. Комунікаційна стратегія та комунікаційний план, що визначає інструменти, канали комунікацій, цільові аудиторії, аналіз міжнародних практик у вигляді презентації, перелік медійних матеріалів та елементів брендбуку.
- ✓ Етап 2. Брендбук та суміжні матеріали.
- ✓ Етап 3. Матеріали комунікаційної кампанії, посилання на публікації на медіаматеріали, результати охоплення, тощо. План антикризових комунікацій.
- ✓ Етап 4. Матеріали комунікаційної кампанії, посилання на публікації на медіаматеріали, результати охоплення, тощо.

- ✓ Етап 5. Матеріали комунікаційної кампанії, посилання на публікації на медіаматеріали, результати охоплення, тощо.
- ✓ Етап 6. Розробка питань для громадськості, матеріали зустрічей з індустрією. Матеріали комунікаційної кампанії, посилання на публікації на медіаматеріали, результати охоплення, тощо.
- ✓ Етап 7. Матеріали для внутрішніх та зовнішніх комунікацій, посилання на публікації на медіаматеріали, результати охоплення, тощо.
- ✓ Етап 8. Матеріали комунікаційної кампанії, посилання на публікації на медіаматеріали, результати охоплення, тощо. План антикризових комунікацій.

Протягом періоду надання послуг мають бути підготовлені та надані:

- Квартальні звіти за результатами виконаної роботи українською та англійською мовами, включаючи супроводжуючі матеріали, наприклад, тексти постів для соціальних мереж, інтерв'ю, візуальні та відео матеріали, план комунікацій, презентації, тощо.
- Презентації за потребою відповідно поставлених завдань (послуги дизайнера).
- Підтверджуючі документи за результатами етапів виконання мають бути надіслані замовнику в електронному вигляді у форматі pdf/word/excel/powerpoint.

**Період надання послуг:** вересень 2024 – квітень 2025 (8 місяців)

### 1.3. Кваліфікаційні вимоги

- Наявність державної реєстрації юридичної особи або ФОП;
- Досвід роботи у сфері комунікацій та виконання подібних замовлень не менше 5 років;
- Досвід у створенні брендбуків;
- Термін дії пропозиції 30 календарних днів;
- Прийнятні умови оплати (безготівкова оплата за послуги без ПДВ протягом 10 банківських днів після реалізації кожного етапу надання послуг).

### 1.4. Умови оплати та вимоги щодо звільнення від сплати ПДВ

Проект SAFEMed має право на податкові пільги і звільняється від сплати ПДВ за товари (роботи, послуги), які закупаються на митній території України, тому оплата за послуги здійснюється без ПДВ. Претенденти, що є платниками ПДВ, повинні бути готові, в разі акцептування тендерної пропозиції, пройти процедуру звільнення від податку на додану вартість (див. «Вимоги щодо звільнення від сплати ПДВ»).

<b>Адреса проекту USAID SAFEMed</b>	вул. Ірининська, 5/24, м. Київ 01001, Україна
<b>Умови оплати:</b>	<b>Безготівковий розрахунок без ПДВ. Оплата протягом 10 банківських днів після реалізації кожного етапу на підставі виставленого рахунку та акту наданих послуг.</b>
<b>Вимоги щодо звільнення від сплати ПДВ</b>	Проект «Безпечні, фінансово доступні та ефективні лікарські засоби для українців (Безпечні та доступні ліки) - SAFEMed» є проектом міжнародної технічної допомоги, який виконується в Україні за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), Договір № AID-121-C-17-00004, відповідно до Угоди між Урядом України та Урядом США про гуманітарне та техніко-економічне співробітництво від 7 травня 1992 р. (далі – «Угода»).

	<p>Проект закупає товари, роботи і послуги у Переможця конкурсу відповідно до зазначеної вище Угоди та Порядку залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15 лютого 2002 р. № 153 (153-2002-п) «Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги». Вартість таких товарів, робіт і послуг звільняється від податку на додану вартість.</p> <p>Закупівля товарів, робіт і послуг здійснюється коштом проекту міжнародної технічної допомоги та відповідає категорії (типу) товарів, робіт і послуг, зазначених у плані закупівлі.</p> <p>Претенденти, що є платниками ПДВ, повинні бути готові, в разі акцептування тендерної пропозиції, пройти процедуру звільнення від податку на додану вартість.</p> <p>Переможцю надається пакет документів для звільнення його від ПДВ, а саме:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. копія реєстраційної картки проекту, в рамках якого здійснено закупівлю товарів, робіт, послуг, засвідчена печаткою Проекту;</li><li>2. копія плану закупівлі, засвідчена печаткою Проекту;</li><li>3. копія договору на надання послуг, засвідчена підписом та печаткою Проекту.</li></ol> <p>Додаткові роз'яснення щодо процедури звільнення від сплати ПДВ можуть бути надані бухгалтером Проекту SAFEMed за запитом.</p>
--	--

### 1.5. Подача комерційних пропозицій

Для участі у тендері просимо надати свою пропозицію в електронному вигляді на адресу: [ua-safemed-procure@safemedua.org](mailto:ua-safemed-procure@safemedua.org)

**Кінцева дата для надання комерційної пропозиції: 18 вересня 2024 року до 18:00.**

Надані копії документів мають бути розбірливими та якісними. Відповідальність за достовірність наданої інформації в своїй цінній пропозиції несе учасник.

Усі питання та роз'яснення, які стосуються цього Запиту на надання пропозицій, необхідно надсилати на електронну адресу: [ua-safemed-procure@safemedua.org](mailto:ua-safemed-procure@safemedua.org)

### 1.6. Зміст комерційної пропозиції

Надіслані пропозиції повинні бути дійсними для розгляду щонайменше впродовж 30 календарних днів та мають містити наступну інформацію.

#### Технічна пропозиція:

✓ **Необхідні копії документів відповідно до кваліфікаційних вимог:**

- Повна інформація про учасника, включаючи фізичну адресу, повну юридичну назву, дані контактної особи для надання роз'яснень та уточнень.
- Підтвердження відповідності кваліфікаційним вимогам тендеру (Додаток №1).



- Копії реєстраційних документів.

✓ **Портфоліо учасника:**

- Загальна інформація про учасника.
- Приклади розроблених брендбуків.
- Інформація щодо наявності спеціалістів з відповідною кваліфікацією (резюме основних членів команди) для виконання даного ТЗ для підтвердження спроможності учасника надати послуги.

✓ **Попередній досвід:**

- Інформація учасника про досвід роботи у сфері комунікацій та виконання подібних замовлень з наведеними прикладами.
- Інформація учасника про досвід комунікаційної діяльності у сфері охорони здоров'я (*в разі наявності*).
- Інформація учасника про попередній досвід співпраці з міжнародними організаціями, проектами міжнародної технічної допомоги та/або проектами, що впроваджуються за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) – *в разі наявності*.

✓ **Рекомендації:**

Якщо Ви не надавали послуг для MSH впродовж останніх 3-х років, надайте, будь ласка, контактну інформацію 3 теперішніх/колишніх замовників для отримання рекомендацій або рекомендаційні листи.

**Комерційна пропозиція:**

Інформація щодо загальної вартості послуг по реалізації комунікаційної кампанії ОДК, а саме:

- загальний сумарний бюджет за етапами надання послуг;
- бюджет з детальним розподілом по статтях витрат згідно з обсягом робіт, етапами реалізації та часовими рамками.
- інформація про вартість послуг дизайнера, який може бути залучений у підготовці презентацій для супроводження даного проекту.

**Ціни мають бути запропоновані у гривні без ПДВ.**

**1.7. Оцінка комерційних пропозицій**

Надані комерційні пропозиції оцінюватимуться за наступними критеріями:

Критерії оцінки	Прийнятність/ Максимальна кількість балів
<b>Відповідність кваліфікаційним вимогам</b>	ТАК/НІ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Наявність державної реєстрації юридичної особи або ФОП;</li> <li>- Досвід роботи у сфері комунікацій та виконання подібних замовлень не менше 5 років;</li> <li>- Досвід у створенні брендбуків;</li> <li>- Термін дії пропозиції 30 календарних днів;</li> </ul>	<p>У випадку наявності хоча б однієї відповіді «НІ» пропозиція учасника тендеру виключається з подальшої оцінки</p>

- Прийнятні умови оплати (безготівкова оплата за послуги без ПДВ протягом 10 банківських днів після реалізації кожного етапу надання послуг).	
<b>Попередній досвід та спроможність учасника надати послуги згідно зазначеного обсягу робіт</b>	
Портфоліо учасника	20
Попередній досвід роботи	40
Рекомендації	10
<b>Вартість послуг</b> Ціна на послуги є раціональною та виправдовує витрати	30
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

«Робочий Продукт» має включати всі кінцеві результати та інші дані, інформацію, проекти, ноу-хау, програмне забезпечення, винаходи та іншу матеріальну та інтелектуальну власність на всіх носіях та у всіх формах, що наразі відомі або розроблені в майбутньому або підготовлені під час або в результаті виконання послуг. Підрядник погоджується, що:

1. MSH, або сторона, яку MSH може призначити, може зберігати всі права власності та всі інші права на будь-який Результат Роботи, наданий Підрядником.
2. Робочий Продукт повинен бути одноосібною та ексклюзивною власністю MSH, або будь-якої сторони, яку визначить MSH, та повинен вважатися «роботою, створеною за наймом» під час надання послуг. Він охоплює інтелектуальну власність, яка не вперше була розроблена впродовж або в результаті надання послуг, але яка є складовою будь-якого кінцевого результату, наданого Підрядником для MSH.
3. Якщо права власності на будь-який Робочий Продукт не можуть, в силу дії закону, бути закріпленими за MSH, всі права власності та інші права та інтереси на цей Продукт даним документом безвідклично передаються Підрядником MSH або стороні, яку може призначити MSH.
4. Підрядник погоджується вживати всіх інших заходів на обґрунтований запит MSH з метою виконання положень розділу Робочий Продукт/інтелектуальна власність, включаючи, але не обмежуючись, виконанням завдань, реєстрацією авторського права та поданням заявки на патент.

*При проведенні тендерів/конкурсів Проект SAFEMed, що впроваджується в Україні організацією MSH, працює за принципом “value for money” – співвідношення ціна-якість, тому жоден з критеріїв не є переважним. Всі цінові пропозиції будуть розглянуті та оцінені за сукупністю критеріїв.*

*Комерційні пропозиції, подані після зазначеного часу, або такі, що містять неповну інформацію, можуть бути відхилені.*

*Запит на комерційну пропозицію ніяким чином не зобов'язує SAFEMed до укладання будь-якого контракту. SAFEMed залишає за собою право придбати будь-який або всі з замовлених послуг, змінювати їх кількість в разі потреби, або зовсім відмовитись від них.*

*Намір здійснити придбання послуги/ товару є офіційним лише за умови надходження письмового замовлення від SAFEMed. SAFEMed не відшкодуватиме кошти, витрачені компанією на підготовку комерційної пропозиції.*



*Персоналу підрозділу закупівель SAFEMed заборонено надавати будь-який запит або приймати пропозиції щодо комісійних, пов'язаних з наданим замовленням; SAFEMed має процедуру відстеження таких платежів. Прохання не пропонувати та не сплачувати таких комісійних, оскільки це може завершитись відхиленням Вашої комерційної пропозиції. Якщо будь-який представник SAFEMed звернеться до Вас з проханням про такі виплати, прохання сповістити про це на адресу: [auditcommittee@msh.org](mailto:auditcommittee@msh.org)*