|  |
| --- |
|  |
| Република СрбијаМИНИСТАРСТВО ТРГОВИНЕ,ТУРИЗМА И ТЕЛЕКОМУНИКАЦИЈАБрој: 404-02-109/2016-02/925.11.2016. годинеНемањина 22-26Б е о г р а д |

**Одговор на захтев за додатне информације или појашњења у вези са**

 **припремањем понуде**

У складу са чланом 63. став 3. Закона о јавним набавкама („Службени гласник РС” број 124/12, 14/15 и 68/15) објављујемо **Одговор 7** на захтев за додатне информације или појашњења у вези са припремањем понуде за јавну набавку услуга - Организовање конференција и других догађаја, број ЈН O-27/2016.

**ПИТАЊЕ 7:**

1. У оквиру ИЗМЕНЕ 2 - **за јавну набавку услуга - Организовање конференција и фругих догађаја, број јавне набавке О-27/2016 у** оквиру ставке**3.16. КРИТЕРИЈУМ ЗА ДОДЕЛУ УГОВОРА:** навели сте да је Критеријум за доделу уговора је **најнижа понуђена цена, а да се** Уговор закључује на процењену вредност јавне набавке и важи до утрошка средстава, а најдуже 12 месеци од дана закључења уговора.

Молим Вас да ми појасните, да ли то значи да без обзира на понуђену вредснот дату у тендерској документацију одабрани понуђач ће потписати уговор на износ процењене вредности Јавне набавке?

2.Такође Вас молим за појашњење ставке: 6. Техничке спецификације, тачка 9.2:

|  |  |
| --- | --- |
| Услуга 1000 приказа промотивног поста на најмање три најпосећеније друштвене групе. Добављач је дужан да достави најмање 3 предлога графичког решења најкасније у року од 3 дана од пријема захтева Наручиоца, док је услугу потребно извршити у року од 4 дана од дана пријема захтева Наручиоца. | 400.000 |

Да ли се под овим мислило на 1000 приказа укупно на три друштвене групе, па то пута 400 да би укупно било 400000?

3. Да ли понуђач може да се определи да не тражи авансно плаћање од Наручиоца, те да се по том основу ослободи достављања банкарске гаранције за повраћај авансног плаћања?

4. Да ли је реч о друштвеним групама или циљаним групама на Facebook друштвеној мрежи?

5. Којој циљној групи се обраћамо?

6. Који је циљ промотивне активности – експонираност, конверзије, конкретна акција…?

7. Како се мере ефекти?

8. Шта подразумевате под ефектима?

**ОДГОВОР 7:**

1.Уговор са изабраним Понуђачем ће бити закључен на процењену вредност јавне набавке, с тим да укупна вредност понуде служи за одабир најповољнијег понуђача према критериујму најнижа понуђена цена.

2. Појашњење ставке 6. Техничке спецификације, тачка 9.2: Захтев се односи на укупно 400.000 приказа, односно услуга 1000 приказа промотивног поста на најмање три најпосећеније друштвене групе \* 400.

3. У скалду са Вашим питањем извршена је Измена 3 конкурсне документације. Понуђач може да се определи да не тражи авансно плаћање од Наручиоца, те да се по том основу ослободи достављања банкарске гаранције за повраћај авансног плаћања.

4. Под друштвеним групама мисли се на три различите друштвене мреже.

5. Циљне групе ће бити дефинисане у односу на тему и намену сваке од конференција и других догађаја (сви програми Министарства су генерално оријентисани ка целокупном друштву).

6. Циљ промотивних активности је информисање и едукација.

7. Ефекти се мере кроз број кликова, коментара, дељења и посећеност.

8. Под ефектима се подразумева интеракција корисника друштвене групе, односно мреже.

Због насталих Измена конкурсне документације Наручилац продужава рок за подношење понуда 02.12.2016. године до 12:00 часова. Отварање понуда одржаће се истог дана у 13:00 часова