



Архивски број: 03-13619/1
Датум: 11-12-2023

ДРУШТВО ЗА МЕНАЏМЕНТ И КОНСУЛТАНТСКИ АКТИВНОСТИ АГЕНЦИЈА РЕЈТИНГ СП-М ДООЕЛ
Бр 03/129/09
12.12.2023 год
СКОПЈЕ

ДОГОВОР
за јавна набавка на услуги – истражување на јавно мислење за активностите на
Министерството за финансии

Склучен помеѓу:

1.МИНИСТЕРСТВО ЗА ФИНАНСИИ, со седиште на ул. "Даме Груев", бр.12 - Скопје, претставувано од Dr.Fatmir Besimi, министер за финансии, во натамошниот текст: договорен орган; и

2. ДРУШТВО ЗА МЕНАЏМЕНТ И КОНСУЛТАНТСКИ АКТИВНОСТИ АГЕНЦИЈА РЕЈТИНГ СП-М ДООЕЛ Скопје, со седиште на ул.„Раде Кончар“ бр.8а 1-3, 1000 Скопје, претставувано од Никола Спасов, во својство на управител, во натамошниот текст: носител на набавката.

I. ПРЕДМЕТ НА ДОГОВОРОТ

Член 1

Предмет на овој договор е јавна набавка на услуги – истражување на јавно мислење за активностите на Министерството за финансии, по спроведената поедноставена отворена постапка, по оглас бр.18584/2023.

Предметот на договорот - истражување на јавно мислење за активностите на Министерството за финансии, ќе се извршува согласно техничките спецификации кои се составен дел на овој договор (Прилог 1 кон договорот) и прифатената понуда на носителот на набавката од страна на договорниот орган во која е содржана методологијата на истражувања согласно техничките спецификации (Прилог 2 кон договорот)

II. ВРЕДНОСТ НА ДОГОВОРОТ

Член 2

Вкупната максимална вредност на овој договор без пресметан ДДВ изнесува 3.000.000,00 денари.



Вкупната максимална вредност на договорот со пресметан ДДВ изнесува 3.540.000,00 денари.

Составен дел на овој договор е и листата на цени, дадена како Прилог 3 на овој договор.

Член 3

Договорниот орган го задржува правото одредени ставки во Листата на цени да ги искористи во повеќе наврати, а одредени ставки воопшто да не ги искористи.

III. ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА ДОГОВОРОТ

Член 4

Договорот се склучува за период од 12 (дванаесет) месеци, од денот на потпишувањето на договорот од двете договорни страни, или до искористување на максималните средства.

IV. НАЧИН И РОК НА ИЗВРШУВАЊЕ НА УСЛУГАТА

Член 5

Услугата ќе се врши sukcesивно по барање на договорниот орган сметано од денот на прием на барањето/нарачка за изработка на прашалник за темата на истражување во кое ќе биде наведено каква истражувачка техника треба да се изврши, која целна група, вид на примерок, (големина на примерок и должината за прашалникот), согласно потребите на договорниот орган.

Член 6

Двете договорни страни се должни со податоците и документите до кои дошле при извршување на предметот на овој договор, да постапуваат согласно со глава IX. Доверливост на информации и податоци од овој договор и во согласност со одредбите од Законот за заштита на лични податоци.

V. НАЧИН И РОК НА ПЛАЌАЊЕ

Член 7

Договорниот орган плаќањето за предметната набавка ќе го изврши во рок од 30 (триесет) дена од денот на приемот на фактурата за извршена услуга и уредно потпишан Извештај од страна на одговорните лица за реализација на



предметот на договорот за извршената услуга (по реализирано истражување на одредена тема) од страна на двете договорни страни.

Фактурата за плаќање за извршената услуга се доставува на договорниот орган на следнава адреса ул. „Даме Груев“ бр.12, 1000 Скопје.

VI. ГАРАНЦИЈА ЗА КВАЛИТЕТНО ИЗВРШУВАЊЕ НА ДОГОВОРОТ

Член 8

Носителот на набавката е должен заедно со потпишаниот договор да достави банкарска гаранција за квалитетно и навремено извршување на договорот.

Банкарска гаранција за квалитетно и навремено извршување на договорот треба да биде во висина од 10 % од вкупната вредност на договорот со пресметан данок на додадена вредност и да е со важност до целосно реализирање на договорот.

Со банкарската гаранција за квалитетно и навремено извршување на договорот носителот на набавката безусловно гарантира за целосно, квалитетно и навремено извршување на обврските по овој договор.

Недоставување на банкарската гаранција претставува основ за раскинување на овој договор.

Договорниот орган се обврзува на носителот на набавката да му ја врати банкарската гаранција за квалитетно и навремено извршување на договорот во рок од 14 (четиринаесет) дена од денот на целосното реализирање на договорот.

Договорниот орган нема да ја врати банкарската гаранција за квалитетно и навремено извршување на договорот и ќе бара нејзино активирање од банката која ја има издадено, доколку предметната набавка не е реализирана според одредбите од договорот.

Во случај носителот на набавката поради непредвидени околности (виша сила или други оправдани причини) да не можел да ја изврши услугата, договорниот орган нема да бара активирање на банкарската гаранција, доколку носителот на набавката достави писмено образложение до договорниот орган во кое ќе ги наведе причините за неизвршената или ненавременно извршената услуга, а образложението биде писмено прифатено од страна на договорниот орган.



VII. ПРАВА И ОБВРСКИ НА НОСИТЕЛОТ НА НАБАВКАТА

Член 9

Носителот на набавката е должен да ја извршува услугата sukcesивно врз основа на потребите на договорниот орган а по претходно барање/нарачка за изработка на прашалник за темата на истражување во кое ќе биде наведено каква истражувачка техника треба да се изврши, која целна група, вид на примерок, (големина на примерок и должината за прашалникот), согласно потребите на договорниот орган.

Пред да се пристапи кон реализација на услугата наведена во барањето/нарачката, носителот на набавката е должен да го достави прашалникот на одобрување до договорниот орган.

По склучување на договорот, носителот на набавката е должен да му достави на договорниот орган список на лицата кои ќе бидат задолжени за реализација на услугата-предмет на договорот.

Член 10

Носителот на набавката е особено должен:

Носителот на набавката е должен да го изврши предметот на набавката на Договорниот орган во времето и на местото предвидено со овој договор, согласно условите дадени во тендерската документација.

Целокупната документација, материјалот од испитувањето, крајните извештаи како и заклучоците добиени по анализата преминуваат во трајна сопственост на договорниот орган.

Ќе се смета дека носителот на набавката ја извршил обврската од став 1 на овој член, по правило, со верификација на Извештај за извршена услуга потпишан од страна на одговорните лица за реализација на предметот на договорот од страна на двете договорни страни.

VIII. ПРАВА И ОБВРСКИ НА ДОГОВОРНИОТ ОРГАН

Член 11

Договорниот орган е должен да определи лице/а за следење на реализацијата на договорот и за истото е должен да го извести носителот на набавката по склучување на договорот.

Договорниот орган се обврзува дека ќе му плати на носителот на набавката за извршената услуга согласно член 7 од овој договор.



IX. ДОВЕРЛИВОСТ НА ИНФОРМАЦИИ И ПОДАТОЦИ

Член 12

Определените лица од Носителот на набавката за реализација на Договорот, задолжително потпишуваат Изјава за доверливост на информации и податоци непосредно пред извршувањето на услугата - предмет на Договорот.

Под поимот информации и податоци се подразбираат сите внатрешни и надворешни документи, спецификации, лични податоци, истражувања на пазарот или податоци за него, финансиски или маркетиншки информации, други податоци или бизнис, оперативни или технички информации, како и сите останати податоци и информации и независно дали се дадени во писмена, вербална или електронска форма и се во сопственост на Договорниот орган.

Исто така, поимот информации и податоци, ги опфаќа и сите други податоци кои не се сопственост на Договорниот орган, а се користат за одредени цели во работните задачи и обврски. Тука спаѓаат податоци на сите партнери, клиенти, добавувачи или било кое правно или физичко лице кое со Договорниот орган има засновано деловен или било каков друг однос. Договорниот орган ги става податоците на располагање на Носителот на набавката во врска со погоре наведената цел, а за непречено одвивање на работните задачи и обврски.

Член 13

Не се предмет на овој договор информации кои биле или станале јавно достапни, но не како резултат на откривање од страна на Носителот на набавката и на Договорниот орган и без да бидат прекршени одредбите на овој Договор од страна на Носителот на набавката што може да се докаже со писмена документација или за кои Договорниот орган писмено потврдил дека се ослободени од обврска за неоткривање.

Член 14

Носителот на набавката под целосна морална, материјална и кривична одговорност, се обврзува за време на важноста на Договорот и во период од (5) пет години од датумот на неговото истекување или раскинување да ги чува во тајност сите информации и податоци од било која област на Договорниот орган, кои ќе му бидат дадени во процесот на соработката и притоа нема да ги искористи истите за лични цели, во име на друго лице, ниту ќе ги даде на увид на трета страна.

Носителот на набавката се обврзува да ги чува во тајност сите документи и податоци кои содржат информации за договорниот орган или неговите активности, како и неговите односи со клиенти или трети лица, а кои биле подготвени или изнесени во врска со работата за која Носителот на набавката е ангажиран од страна на Договорниот орган.



Член 15

Носителот на набавката може да ги открие кои било од информациите и податоците наведени во членот 12 став 2 и 3 заради постапување по писмено барање од страна на надлежен орган, со легитимна наредба врз основа на закон.

Носителот на набавката, пред да ги даде бараните податоци ќе се увери дека барањето е валидно и е во согласност со важечки закон и ќе ги открие ваквите податоци само до степен до кој тоа е барано од надлежниот орган кој има овластување да бара такво соопштување.

Член 16

За секој настан или сомневање во однос на закана за нарушување на доверливоста, интегритетот и расположливоста на податоците и информациите, Носителот на набавката се обврзува веднаш писмено да го извести определеното лице кај Договорниот органот.

Член 17

Носителот на набавката по писмено барање на Договорниот орган веднаш ќе ги врати или уништи сите документи кои содржат податоци и информации за договорниот орган, а кои се добиени во врска со работата за која носителот на набавката е ангажиран од страна на Договорниот орган, без задржување на било какви фотокопии, изводи или друг вид на копии од нив или дел од нив. И покрај уништувањето на било кој податок и материјали Носителот на набавката ќе продолжи да се придржува кон неговата обврска од овој договор и други обврски кои произлегуваат од него, за чување во тајност на сите податоци и информации кои ги сознал на било кој начин, при исполнување на неговите обврски кои произлегуваат од овој договор.

Член 18

Објавувањето податоци, рекламирањето или публицитетот, како и прес конференциите направени од страна на Носителот на набавката во однос на овој Договор или вршење на заеднички деловни активности на договорните страни треба да бидат претходно одобрени од Договорниот орган пред нивното спроведување.

Член 19

Одредбите од глава IX од овој договор се правно валидни и обврзувачки и кај сите вработени кај Носителот на набавката кои имаат добиено овластување за користење на информациите и податоците кои се уредени со овој договор.



Х. УСЛОВИ ЗА РАСКИНУВАЊЕ ИЛИ ПРЕКИНУВАЊЕ НА ДОГОВОРОТ

Член 20

Овој договор може да се раскине спогодбено во согласност на двете договорни страни.

Член 21

Овој договор може да се раскине и еднострано поради непридржување или неисполнување на договорните обврски утврдени со овој договор.

Договорната страна која поради непридржување или неисполнување на договорните обврски го раскинува договорот, должна е тоа да и го соопшти на другата договорна страна без одлагање во писмена форма.

Договорот се смета за раскинат со денот на приемот на известувањето за раскинување на договорот.

Доколку дојде до раскинување на договорот поради неисполнување или ненавремено исполнување на обврските на договорот од страна на носителот на набавката, покрај наплатата на гаранцијата за квалитетно и навремено извршување на договорот, носителот на набавката ќе биде одговорен за евентуалната штета што би ја предизвикал на договорниот орган како директна или индиректна последица на неговото работење.

Член 22

Кога една од договорните страни нема да ја исполни својата обврска, договорната страна може да бара исполнување на обврската од другата договорна страна или да го раскине договорот, а во секој случај има право на надомест на штетата.

Член 23

Кога договорната страна нема да ја исполни својата обврска во определениот рок, другата договорна страна може да и остави примерен дополнителен рок за исполнување на обврската.

Рокот од став 1 на овој член може да биде продолжен само по писмено барање на носителот на набавката и писмена согласност од договорниот орган.

Ако договорната страна која не ја исполнила својата обврска во определениот рок, не ја исполни обврската ни во дополнителниот рок, другата договорна страна може да го раскине договорот.



XI. ВИША СИЛА

Член 24

Ниту една од договорните страни нема да биде одговорна за неисполнување на обврските од овој договор до кое би дошло заради виша сила.

Под виша сила се подразбираат настани или околности на кои договорните страни не можат да влијаат и се надвор од нивната контрола, а го попречуваат нормалното извршување на договорот (елементарни непогоди, воени дејства, граѓански немири, штрајкови и сл.).

Вишата сила не вклучува настан што е предизвикан од небрежност или намерна активност што би предизвикала застој во извршувањето на обврските од договорот.

Ако една од договорните страни е спречена да ги исполнува своите обврски заради виша сила, должна е веднаш писмено да ја извести другата страна, со наведување на причините за вишата сила и по можност обезбедување на соодветен доказ.

За времетраењето на вишата сила сите права и обврски од овој договор мируваат.

Договорните страни се обврзуваат на ист начин да ја известат договорната страна за повторното воспоставување на нормални услови за извршување на договорот, односно за престанокот на дејството на вишата сила.

По отстранувањето на вишата сила договорот продолжува да се реализира.

XII. ПРЕОДНИ И ЗАВРШНИ ОДРЕДБИ

Член 25

Изменувања и дополнувања на договорот можат да се вршат со заедничка согласност на договорните страни по писмен пат.

Договорната страна која бара измена и/или дополнување на договорот е должна своето барање до другата страна да го достави во писмена форма.

Договорот може да се изменува и дополнува со анекс на договорот потпишан од двете договорените страни во согласност со Законот за јавните набавки.

Член 26

За сè што не е предвидено со овој договор, се применуваат одредбите од Законот за облигационите односи, Законот за јавните набавки и од другите позитивни прописи во Република Северна Македонија.



Член 27

Во случај на спор, договорните страни се согласни спорот да го решат спогодбено, а доколку во тоа не успеат, согласни се спорот да го решава предметно надлежниот суд во Скопје.

Член 28

Обработката на личните податоци при реализацијата на овој договор да биде во согласност со одредбите од Законот за заштита на личните податоци.

Член 29

Овој договор е составен во 4 (четири) еднообразни примероци од кои 2 (два) примероци за договорниот орган и 2 (два) за носителот на набавката.

ДОГОВОРЕН ОРГАН:

РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
МИНИСТЕРСТВО ЗА ФИНАНСИИ
СКОПЈЕ

НОСИТЕЛ НА НАБАВКАТА:

ДРУШТВО ЗА МЕНАЏМЕНТ И
КОНСУЛТАНТСКИ АКТИВНОСТИ
РЕЈТИНГ СП-М ДООЕЛ СКОПЈЕ

МИНИСТЕР ЗА ФИНАНСИИ
Dr. Fatmir Besimi



УПРАВИТЕЛ
Никола Спасов



Изработил: Петрина Мале
Контролирал: Даниела Јанкова
Елизабета Калачоска
Одобрил: Татјана Васева
Проверил: Daut Hajrullahi
м-р Маја Стаменковска Угриновска
Љубомир Јорданов
Согласен: д-р Јелена Таст

ПРИЛОГ 1 КОН ДОГОВОРОТ-ТЕХНИЧКИ СПЕЦИФИКАЦИИ

Потребно е да се достави понуда за набавка на услуга истражување на јавно мислење за активностите на Министерството за финансии.

Истражување на јавно мислење (општа јавност, бизнис сектор и државни институции) преку теренски анкети лице в лице, телефонски анкети, фокус групи и интервјуа, а за следното:

1. **Макроекономски движења** каде што предмет на истражување ќе бидат следните целни групи и тоа општата јавност, бизнис секторот и државни институции.
2. **Сива економија** каде целни групи на истражување ќе бидат општата јавност и бизнис секторот.
3. Јавно мислење за **Финансиски пазари и небанкарски институции** треба да дадат бизнис институциите и регулаторните тела/институции.
4. **Фискалната децентрализација** треба да подлежи на јавно мислење од општа јавност, бизнис сектор и институции.
5. Предмет на истражување на јавното мислење воедно треба да бидат **Даночниот систем и царинскиот систем и политики**, и тоа за општата јавност, бизнис секторот и институциите.
6. Во време на пандемија и пораст на цените на енергенсите, значајно е да се добие целосна слика за јавното мислење за **Буџетската поддршка на стопанството и граѓаните преку антикризните мерки**, при што предмет на истражување ќе бидат општата јавност и бизнис секторот.
7. Преку истражувањето на јавното мислење воедно треба да се добие целосна слика за истото а за **имотно правните односи, конкретно приватизација, денационализација и експропријација**, и тоа од општата јавност, бизнис секторот и институциите.
8. При истражување на јавното мислење за **регулацијата на игри на среќа и забавните игри**, треба да бидат опфатени општата јавност, бизнис секторот и институциите.
9. **Транспарентноста и достапноста** каде целни групи на истражување ќе бидат општата јавност и бизнис секторот.
10. Либерализација на финансискиот пазар, со влез на нови даватели на платежни услуги, се овозможува со носење на Законот за платежни услуги и платни системи кој стапи на сила на 20 април годинава. Од таа причина јавното мислењето за **Платните системи и начинот на плаќање**, од општата јавност, бизнис секторот, како и од институциите е значајно.
11. **Структурата на Буџет** е тема од јавен интерес и подлежи на постојани дебати поради што значајно е да се добие целосна слика од општата јавност, бизнис секторот и од институциите за истата.

Крајните извештаи кои што ќе произлезат од испитувањата треба да резултираат со најмалку 95% интервал на доверливост.

Економскиот оператор да располага со сопствени апликативни софтверски решенија како и да достави опис по фази на методологијата што ќе ја применува за изведување на испитувањата.

Истражувањето на јавното мислење треба да се изврши согласно со Прилогот 1 од Тендерската документација (Цени за истражување, кое претставува составен дел и од понудата на економскиот оператор).

*Економскиот оператор потребно е да ја пополни листата со цени со износите за секоја ставка поединечно и вкупната цена како и истата да ја потпише со валиден дигитален сертификат, во спротивно понудата ќе биде отфрлена.

*Количините наведени во колоната „Големина на Примерок“ во Листата на цени не претставуваат максимални количини за нарачка од страна на договорниот орган, туку ранг за бројот испитаниците.

*Единечните цени ќе се користат за евалуација, а при реализација на договорот, договорниот орган го задржува правото одредени ставки да ги искористи во повеќе наврати, а одредени ставки воопшто да не ги искористи. Кај суксецивните набавки каде има многу ставки со количини, може да се случи вкупната цена на понудата како збир на сите ставки да е повисока од износот на обезбедени средства. За овие случаи Договорниот орган наведува дека договорот ќе се склучи до вредноста на обезбедените средства и ќе се троши колку што има средства на располагање и во зависност од потребите.

Прилог 2 кон договорот

Во врска со огласот објавен од страна на Министерството за финансии, за доделување на договор за јавна набавка на услуги – **истражување на јавно мислење за активностите на Министерството за финансии** со спроведување на поедноставена отворена постапка и на тендерската документација која ја презедовме преку ЕСЈН, ја поднесуваме следнава:

ПОНУДА

I. ОПШТИ ПОДАТОЦИ

1. Име на понудувачот: Агенција Рејтинг СП-М ДООЕЛ Скопје

2. Контакт информации

- Адреса: Раде Кончар 8а 1-3, 1000 Скопје
- Телефон: 070 292 683
- Факс: /
- Е-пошта: info@rating.mk
- Лице за контакт: Славица Трифуновска

3. Одговорно лице: Никола Спасов

4. Даночен број: 4030007636831

5. Матичен број: 6233937

II. ТЕХНИЧКА И ФИНАНСИСКА ПОНУДА

Дел II – Техничка понуда

II.1.Согласни сме да ги понудиме услугите наведени во Прилогот 1 а се однесуваат на Истражување на јавното мислење за активностите на Министерството за финансии

II.2. Ги прифаќаме начинот и рокот на извршување утврдени во тендерската документација.

Дел III-1 – Финансиска понуда

III.1. Единечните цени за услугата се дадени во Прилогот 1.

III.II. Вкупната цена на нашата понуда (збир од сите единечни цени), вклучувајќи ги сите трошоци и попусти, без ДДВ, (како збир на единечни цени) изнесува: **33000** (триесет и три илјади) денари. Вкупниот износ на ДДВ изнесува 5940 (пет илјади деветстотини и четириесет) денари.

III.2. Нашата понуда важи за периодот утврден во тендерската документација. Се согласуваме со начинот на плаќање утврден во тендерската документација.

IV. СОСТАВНИ ДЕЛОВИ НА ПОНУДАТА:

Нашата понуда е составена од следниве делови:

1. ОПШТИ ИНФОРМАЦИИ ЗА ПОНУДУВАЧОТ;
2. ТЕХНИЧКА ПОНУДА;
3. ФИНАНСИСКА ПОНУДА;
4. ПРИЛОЗИ:
 - прилогот на листа на цени даден кон понудата (Excel формат);



OPINION RESEARCH
& COMMUNICATIONS
Rade Koncar 8a 1-3,
1000 Skopje, Macedonia
tel./fax 2 3 217 317
www.rating.mk

- изјава за сериозност на понудата;
- документи за докажување на способност;
- методологија на истражувања согласно техничката спецификација;

Со поднесување на оваа понуда, изјавуваме дека во целост ги прифаќаме условите предвидени во огласот и тендерската документација и не го оспоруваме Вашето право да ја поништите постапката за доделување на договор за јавна набавка согласно со член 169 од Законот за јавните набавки.

Место и датум

Одговорно лице

Скопје,
02.11.2023

X

Никола Спасов
Директор

(потпис*)

**Овој образец не се потпишува своерачно, туку исклучиво електронски со прикачување на валиден дигитален сертификат чиј носител е одговорното лице или лице овластено од него.*

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊА ТЕХНИЧКА ПОНУДА СОГЛАСНО ТЕХНИЧКАТА СПЕЦИФИКАЦИЈА

1. Цели и теми на истражување

Агенција Рејтинг доставува понуда за набавка на услуга истражување на јавно мислење за активностите на Министерството за финансии. Тимот на агенцијата во целост ги разбира целите и предметот на истражувањата според вид и опсег. Во оваа насока, агенцијата веќе 16 години континуирано спроведува различни квалитативни и квантитативни истражувања во различни области, меѓу кои и социо-економски теми кои се од интерес на општата јавност (граѓаните), бизнис заедницата, како и институциите кои се засегнати при процесот на соработка со овие таргет групи.

Агенција Рејтинг е достапна и има капацитет, по потреба и по нарачка на Министерството за финансии, да спроведе последователни истражувања на јавно мислење на различни таргет групи: општа јавност, бизнис сектор и државни институции, преку теренски анкети (лице в лице), телефонски анкети, фокус групи и/или длабински интервјуа, а за следниве теми дадени во техничката спецификација:

1. **Макроекономски движења** каде што предмет на истражување ќе бидат следните целни групи и тоа **општата јавност, бизнис секторот и државни институции**.
2. **Сива економија** каде целни групи на истражување ќе бидат **општата јавност и бизнис секторот**.
3. **Јавно мислење за Финансиски пазари и небанкарски институции** треба да дадат **бизнис институциите и регулаторните тела/институции**.
4. **Фискалната децентрализација** треба да подлежи на јавно мислење од **општа јавност, бизнис сектор и институции**.
5. **Предмет на истражување на јавното мислење воедно треба да бидат Даночниот систем и царинскиот систем и политики**, и тоа за **општата јавност, бизнис секторот и институциите**.
6. Во време на пораст на цените на енергенсите, значајно е да се добие целосна слика за јавното мислење за **Буџетската поддршка на стопанството и граѓаните преку антикризните мерки**, при што предмет на истражување ќе бидат **општата јавност и бизнис секторот**.
7. Преку истражувањето на јавното мислење воедно треба да се добие целосна слика за истото а за **имотно правните односи, конкретно приватизација, денационализација и експропријација**, и тоа од **општата јавност, бизнис секторот и институциите**.
8. При истражување на јавното мислење за **регулацијата на игри на среќа и забавните игри**, треба да бидат опфатени **општата јавност, бизнис секторот и институциите**.

9. **Транспарентноста и достапноста** каде целни групи на истражување ќе бидат општата јавност и бизнис секторот.

10. Либерализација на финансискиот пазар, со влез на нови даватели на платежни услуги, се овозможува со носење на Законот за платежни услуги и платни системи кој стапи на сила на 20 април 2022. Од таа причина јавното мислење за **Платните системи и начинот на плаќање**, од општата јавност, бизнис секторот, како и од институциите е значајно.

11. **Структурата на Буџет** е тема од јавен интерес и подлежи на постојани дебати поради што значајно е да се добие целосна слика од **општата јавност, бизнис секторот и од институциите за истата**.

Крајните извештаи кои што ќе произлезат од испитувањата ќе резултираат со најмалку 95% интервал на доверливост.

Агенција Рејтинг располага со сопствени апликативни софтверски решенија и има доволни човечки и технички ресурси за изведување на сите видови истражувања кои се предмет на оваа јавна набавка. Доколку органот побара специфични гаранции, Агенцијата може да ги даде на увид.

На следните страни следува опис по фази на методологијата што ќе ја применува за изведување на секое од побараните испитувањата. Напомена дека ова е генерална методологија што се применува за различните видови истражувања.

Агенцијата изработува специфична методологија според потребите за секое истражување посебно согласно специфичностите на темата, резултатите кои се потребни да се обезбедат и крајната цел на истражувањето. Ова значи дека Агенцијата ќе доставува финална методологија, одобрена од договорниот орган, пред почетокот на секое истражување посебно.

ОПСЕГ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО И КРЕИРАЊЕ ПРИМЕРОК

Доколку биде избрана како најповолен економски оператор, во рок од 12 месеци, Агенција Рејтинг ќе спроведе низа квантитативни, теренски и/или телефонски истражувања, како и квалитативни истражувања по претходно барање на договорниот орган за секое истражување посебно. Истражувањата ќе опфатат теми кои договорниот орган ги означил како значајни и клучни за испитување на јавно мислење, бизнис секторот и соодветните државни институции.

ОБВРСКИ НА АГЕНЦИЈА РЕЈТИНГ

1. Во вкупен рок од 12 месеци, Агенција Рејтинг ќе ги извршува услугите сукцесивно врз основа на потребите на договорниот орган.
2. Агенција Рејтинг ќе ја извршува услугата сукцесивно врз основа на потребите на Министерството за финансии, а по претходно барање/нарачка за изработка на прашалник за темата на истражување во кое ќе биде наведено каква истражувачка техника треба да се изврши, која целна група, вид на примерок, (големина на примерок и должината за прашалникот), согласно потребите на министерството.
3. Пред да се пристапи кон реализација на услугата наведена во барањето/нарачката, Агенцијата ќе го достави прашалникот на одобрување до министерството.
4. Рејтинг ќе го спроведе секое поединечно истражување согласно Барањето на договорниот орган, а во Барањето ќе биде наведено со каква истражувачка техника

- треба да се изврши, која цела група, вид на примерок (големина на примерок и должината за прашалникот), а врз основа на потребите на договорниот орган.
5. Доколку биде избрана како најповолен понудувач, по склучување на договорот, Агенцијата ќе му достави на договорниот орган список на лицата кои ќе бидат задолжени за реализација на услугата-предмет на договорот.
 6. Агенција Рејтинг ќе го изврши предметот на набавката на Договорниот орган во времето и на местото предвидено со овој договор, согласно условите дадени во тендерската документација.
 7. Целокупната документација, материјалот од испитувањето, крајните извештаи како и заклучоците добиени по анализата ќе преминат во трајна сопственост на договорниот орган.
 8. Ќе се смета дека Агенцијата ја извршила обврската, по правило, **со верификација на Извештај за извршена услуга потпишан од страна на одговорните лица за реализација на предметот на набавката од страна на двете договорни страни.**
 9. Агенција Рејтинг има обврска за потребите на сите потенцијални испитувања да располага со сопствени апликативни софтверски решенија како и да достави опис по фази на методологијата што ќе ја применува за изведување на испитувањата.
 10. При извршување на активностите, Агенцијата ќе ги има предвид и ќе ги почитува важечките прописи од областа на даноците и другите јавни давачки, работните односи, работните услови, а особено прописите за заштитата при работа и заштита на личните податоци кои се однесуваат на областа од истражувачката дејност.

2. Опис на методологија според вид на истражување

А) Квантитативно истражување – теренска анкета (лице в лице во домот на испитаникот) или телефонска анкета (CATI)

Таргет група: граѓани/општа јавност

**Методологијата и дизајнот на примерокот за квантитативни истражувања е генерално ист, она што се разликува е начинот на прибирањето податоци.*

Свесни за ризиците и непредвидливоста кои ги носи ситуацијата со пандемијата како резултат од Ковид-19 вирусот, наша примарна цел при креирање на понудата беше да понудиме методологија за спроведување на истражувањето која е безбедна и за двете клучни страни во процесот на прибирање на податоците, испитаниците од една и анкетарите од друга страна. Во оваа насока се залагаме за спроведување на квантитативни истражувања кои од една страна се безбедни за реализирање, но и ефективни и ефикасни за постигнување на целите на истражувањето од друга страна.

Одлуката за избор за техника на прибирање на податоците останува на договорниот орган.

При креирање на методолошките опции внимателно беа земени предвид досегашното искуство за работа, сите моментални, но и можни идни ситуации и фактори кои би можеле да имаат импакт врз успешна реализација на истражувањата во периодот што следи.

Во продолженија ја нудиме нашата стратегија за успешна реализација на истражувањето.

Ризици	Веројатност	Превентивни мерки
Прибирањето податоци ќе се одвива професионално и следејќи највисоки стандарди за квалитет	Агенција Рејтинг има реализирано бројни теренски и телефонски истражувања во изминатите 15	Анкетарите ќе бидат водени од координатор чија задача ќе биде да ја координира и надгледува теренската работа преку набљудување на исполнувањето на основните критериуми, како: рутите, изборот на домаќинствата,

	години и има воспоставено организациски структури, систем на супервизија и контрола кои го гарантираат квалитетот на собраните податоци.	итн. Освен координаторот на терен, ќе биде присутен и тим од двајца контролори чија задача ќе биде посета на домаќинствата за да се увиди дали и како се спроведуваат анкетите. Од почетокот на пандемијата предизвикана од Ковид-19 вирусот, Агенцијата се придржува до протокол за анкетирање при спроведување теренски анкети. Протоколот е задолжителен за анкетарите а служи за минимализирање на ризиците од контакт со и зараза од вирусот. Протоколот може да биде доставен на увид до договорниот орган и да претрпи модификации со повисок степен на заштита доколку органот го побара тоа. За телефонски анкети, системски, на редовна основа се прават контроли на спроведени анкети од страна на супервизори назначени од Агенцијата.
Анкетарите кои ќе работат на проектот имаат доволно искуство за спроведување истражувања со слични тематики	Агенцијата располага со мрежа од 150 професионални и искусни анкетари и координатори од сите региони на државата. Истовремено има мрежа од 40 анкетари кои се искусни во спроведување телефонски анкети.	Како што може да се види во референтната листа, Агенција Рејтинг има значително искуство во областа на државните и институционални политики, економијата и општествени теми. Нашиот тим и обучените анкетари одлично се снаоѓаат во целокупната организација и реализација на проектите - почнувајќи од првиот пристап кон испитаниците, до составувањето на финалниот извештај. Истовремено, анкетарите пред секое истражување добиваат тренинг специфичен за областа која е предмет на истражување.
Испитаниците ќе бидат доволно заинтересирани за темата и ќе ги одговорат на сите прашања	Препорака е прашалниците да бидат претежно составен од затворени (close-ended) прашања, за да се олесни нивното одговарање.	Затворените прашања значително го олеснуваат процесот на анкетирање, бидејќи на испитаникот му се понудени готови одговори, што ја насочуваат анкетата, со цел да се добијат повеќе податоци кои се релевантни за темата што се истражува.

Секое квантитативно истражување ќе ги содржи следните фази/активности (листата не е исцрпна и може да биде подложна на модификации):

1. Изработка на методологија на истражување и план за работа

2. Изработка на репрезентативен примерок, граѓани над 18 години (CATI или PAPI). Природата на примерокот ќе биде соодветна со демографската структура на земјата во однос на пол, возраст, место на живеење, етничката припадност итн..
3. Ревизија, адаптација (за CATI или PAPI) и тестирање на прашалник преку пилот истражување;
4. Спроведување обуки за анкетари;
5. Спроведување на истражувањето (CATI или PAPI);
6. Искристена база на податоци во SPSS, Microsoft Excel или друг формат
7. Анализа на податоци, вкрстени табели и интерпретација на податоците по возраст, пол, место на живеење, етничка припадност, степен на образование, итн.;
8. Изработка на аналитички извештај од истражувањето кој ќе ги содржи клучните наоди од истражувањето и нивната статистичка презентација, како и дел кој ќе содржи информации поврзани со методологијата на истражувањето, вклучително и начинот на кој е избран репрезентативниот примерок.
9. Достава на испораки во електронска и хартиена форма и потпишување на заеднички записник за спроведено истражување.

Таргет група, креирање на примерок и прибирање податоци

Таргет групи

Еден дел од истражувањата ќе се спроведат врз примерок кој ќе го одреди договорниот орган за теми кои се наменети за квантитативни истражувања со граѓани (комбинирано теренска или телефонска анкета).

Дел од истражувањата ќе се спроведат врз примерок кој ќе го одреди договорниот орган за теми кои се наменети за квантитативни истражувања со бизнис сектор и институции (телефонска анкета).

Креирање примероци

Формирањето на репрезентативен примерок од 2000, 1000 или 500 испитаници кој ќе ги отслика ставовите и мислењата на граѓаните на Република Северна Македонија поминува низ неколку систематски постапки. Репрезентативноста на примерокот ќе се обезбеди со почитување на определени процедури при неговото формулирање, кои произлегуваат од правилата на случаен избор или пак поставување на квоти – доколку станува збор за телефонска анкета. Имено, ќе се запази пропорционалната застапеност на граѓаните според возраст, пол, работен статус и останатите социодемографски податоци. Процедурата за избор на примерок е базирана на принципот на правење на репрезентативен примерок во согласност со неговата дефиниција од Државниот завод за статистика (НУТСЗ на ЕУ) и податоците од последниот Попис на населението. За креирање на примероци Агенцијата соработува со врвни експерти од областа на статистиката.

Креирање и тестирање прашалник

Прашалникот за истражувањата ќе биде обезбеден од страна на Договорниот орган а во соработка со нашиот тим кој е одговорен за проектот. Агенцијата ќе го тестира прашалникот интерно и ќе интервенира со промени доколку е потребно.

Пред започнување на анкетата, Агенцијата ќе се спроведе **пилот анкета** во чии рамки прашалникот ќе се тестира на примерок од 5-10% од вкупниот примерок испитаници. Со ова се

проверува на логичката јасност и разбирливост и се отстрануваат сите можни грешки или недоследности. Голем број истражувачки компании ги кратат трошоците и не спроведуваат пилот анкета, што се одразува со низок квалитет на прибрани податоци. Агенција Рејтинг секогаш спроведува целосни пилот анкети и резултатите ги доставува до клиентот. Доколку постојат некакви забелешки во врска со прашалникот, тие веднаш се коригираат и со тоа заеднички се утврдува финалниот прашалник.

Прашалниците покрај на македонски, може да се преведат и на албански јазик доколку договорниот орган го побара тоа.

Обука на анкетарите

Агенција Рејтинг располага со широка мрежа од искусни анкетари, кои се добро запознаени со техниките за интервјуирање, меѓу кои: како да остварат првичен контакт, како да се однесуваат со лица што се склони да избегнуваат соработка, како професионално да го спроведат интервјуто, како да избегнат да влијаат на одговорите итн. Дополнително, Агенција Рејтинг ќе подготви дополнителна обука, за анкетарите и контролорите, креирана специфично за потребите на ова истражување.

Прибирање податоци, регрутација на учесници и контрола на квалитет

Откако ќе се дефинира примерокот според правилата на случаен избор следува фазата на прибирање на податоци. Методот кој се користи е интервју “лице во лице” во домовите на избраните граѓани. Предноста на овој метод произлегува од непосредниот контакт на анкетарот со испитаникот во текот на целото траење на процесот на прибирање податоци. Агенција Рејтинг располага со 40 таблети и специјализиран софтвер, кои овозможуваат употреба на техниката **CAPi**, односно впишување на одговорите директно во базата. **CAPi** значително го олеснува и забрзува процесот на пребирање податоци, а истовремено специфичните алатки кои ги поседува софтверот ја намалуваат, и во некои случаи комплетно ја елиминираат можноста за правење грешки или испуштање прашања при реализација на анкетата. По желба на договорниот орган, истражувањето може да се спроведе и со традиционалниот **P&P** метод, односно печатени анкети на кои се пополнуваат анкетите, кои подоцна се внесуваат во **SPSS** база.

Анкетарите ќе бидат водени од координатор чија задача ќе биде да ја координира и надгледува теренската работа преку набљудување на исполнувањето на основните критериуми, како: рутите, изборот на домаќинствата, итн. Освен координаторот на терен, ќе биде присутен и тим од двајца контролори чија задача ќе биде посета на домаќинствата за да се увиди дали и како се спроведуваат анкетите. Дополнително, при спроведување на теренски анкети се врши и контрола на квалитет по телефон на 40-50% од анкетите. Доколку се утврдат суштински недостатоци или не спроведени анкети истите се преработуваат. Процентот на преработени анкети не смее да надмине 5% од вкупниот број анкети.

Б) Квантитативно истражување – телефонска анкета (CATI)

Таргет група: граѓани/општа јавност/ бизнис сектор/институции

Телефонска анкета (CATI) е систематско прибирање податоци од одреден примерок од популацијата, каде телефонските броеви кои се користат за да се контактираат потенцијалните испитаници се избираат или од вкупната популација (преку телефонски именици на телефонските оператори) или од одредени листи со броеви (пример: одредени контакти на потрошувачи, членови на одредена организација и сл.)

Освен за истражувања со граѓани, телефонски анкети се често користен метод и за студии каде што таргет група се компании, институции или релевантни чинители во општеството.

Клучните карактеристики на телефонско интервјуирање и собирање податоци со помош на компјутер:

- Висока ефикасност и точност, затоа што компјутерот (системот) ги прикажува прашањата по точна програмирана секвенца, аплицирајќи ги сите потребни ротации, филтри и логички контроли на одговорите.
- Податоците од анкетата се внесуваат директно во базата на податоци во структуриран формат. Ова ја елиминира потребата за дополнителна обработка на податоци (на пр. транскрипција, внесување податоци и кодирање). Ова помага да се намалат потенцијалните грешки при анкетирање.
- Процесот на интервјуирање е побрз бидејќи податоците се внесуваат како што се добиваат.
- Бидејќи повратните информации се собираат во живо, истражувачите и аналитичарите можат да ја проверуваат базата на податоци на анкетата додека сè уште се одвива теренската работа. Ова исто така вклучува известување за резултатите од истражувањето во живо.
- Можноста информациите да бидат собрани од географски распространет примерок за пониски трошоци и побрзо отколку со техника за прибирање на податоци лице в лице.
- Минимизирање на процентот на одбивања и можност повеќекратно да се контактира исто домаќинство доколку испитаникот нема време да ја започне или доврши анкетата.
- Современите платформи CATI ги комбинираат можностите за телефонско интервјуирање со онлајн анкети, овозможувајќи методологии со мешан режим. Ова е особено важно во студиите за истражување b2b со компании/бизнис сектор каде што може да бидат неопходни неколку методи за собирање податоци за да се максимизираат стапките на одговор.

Специфични карактеристики за контрола на квалитетот на телефонската анкета (CATI) се:

- Со користењето на функциите за управување со телефонски повици, имаме пристап до многу корисни индикатори за квалитет на податоците, како што е времетраењето на телефонските повици
- Се применуваат и компоненти за повторна проверка на телефонските анкети, исто како и со анкетите лице в лице, случаен примерок од успешни интервјуа и проверка со испитаниците преку телефон за да се потврди дека оригиналното интервју се случило.

Контрола на спроведени анкети

Најзначајно кај истражувањата е прибирањето на квалитетни податоци. Имајќи го ова на ум, телефонските анкети во Рејтинг се спроведуваат од страна на професионални и искусни анкетари. Работата на анкетарите е постојано набљудувана од страна на проект менаџерите заради контрола на процесот на телефонско анкетирање. При завршувањето на секоја анкета, пополнетиот прашалник од страна на статистичари се проверува дали е целосен. Припадниците на етничките заедници во Република Македонија се анкетираат на нивниот мајчин јазик. Контролата на спроведени анкети се прави на минимум 10% од примерокот. Одговорните лица случајно бираат и прегледуваат завршени прашалници кои ќе бидат контролирани телефонски. Доколку е потребно и се открие грешка во работењето, дел од анкетите се преработуваат.

За спроведување телефонски анкети се преземаат следниве мерки:

- Разгледување и прифаќање само целосно пополнети прашалници – што значи дека прашалници кои несе целосно одговорени нема да бидат земени во предвид при генерирање резултати.
- Можност за генерирање и прикажување резултати во реално време.
- Дизајн на анкета со соодветни насоки
- Кодирање на прашања со кои се применуваат правила (пр. само еден можен одговор, можни се повеќе одговори, потсетување доколку не е одговорено прашање итн.) што ќе обезбеди правилен начин на одговарање.
- Користење на логика за прескокнување на прашања.

Одржување контрола над квалитетот на податоците од телефонските анкети овозможуваат податоците да бидат прибрани во комплетна и точна форма во моментот на спроведување на интервјуте. Рејтинг располага со професионални анкетари кои како резултат на континуираната обука и искуство, извлекуваат комплетни одговори од испитаниците и проценуваат како навистина испитаникот се чувствува за одредена тема.

В) Квалитативно истражување – фокус групи

Таргет група: компании/ бизнис сектор/институции

Агенцијата ги има потребните технички и професионални услови и се согласува да спроведува фокус-групи во живо или онлајн во зависност од преференциите на Клиентот и важечките владини мерки и препораки во времето на спроведување на групите. Агенцијата има искуство во спроведување фокус групи во сопствените простории, но и искуство во спроведување со изнајмување простории во повеќе градови низ државата. Онлајн фокус групите сами по себе не се различен тип на дискусија во фокус групи, туку произлегуваат од воведувањето на Интернетот како адаптација на традиционалните методи. Се применува во онлајн опкружувањето, користејќи конференциски повици, виртуелни простории за разговор или други онлајн средства. За потребите на истражување, Рејтинг ќе направи истражувачки инструменти врз основа на доставено барање за темата на истражување

Процесот започнува со идентификување на главната цел и дефинирање на клучните истражувачки цели на студијата. Врз основа на целите на истражувањето, се подготвува листа на прашања (распоред или сценарио) како водич за секоја сесија за дискусија во фокус групи. Ова е проследено со барање етичко одобрение. Водичот за дискусија е збир на прашања што се користат за време на фокус групите и прашањата ќе бидат формулирани врз основа на упатствата на клиентот и квантитативните резултати од истражувањето. Ќе се примени внатрешно тестирање на водич и по финализирањето истиот ќе биде одобрен од Клиентот.

Потоа, идентификацијата на учесниците е можеби најкритичниот чекор бидејќи техниката во голема мера се заснова на групна динамика и синергистички односи меѓу учесниците за генерирање податоци. Составот на групата ќе зависи од главната цел на истражувањето.

Фокус групната дискусија бара тим составен од вешт олеснувач/модератор и асистент. Модераторот е централен во дискусијата не само преку управување со постоечките односи, туку и преку создавање опуштена и удобна средина за непознатите учесници. Слично на тоа, улогата на асистентот вклучува набљудување на не вербалните интеракции и влијанието на групната динамика и документирање на општата содржина на дискусијата, а со тоа дополнување на податоците.

Имајќи го предвид горенаведеното, Агенција Рејтинг ќе ги постигне следните аспекти за оваа студија:

Учесници

- Внимателно регрутирани

- 8 луѓе по група, 6-8 претпочитани за онлајн дискусии
- Слични или различни типови на луѓе
- Профил на учесници

Работна средина

- Удобна
- Заштита на приватноста на учесниците и етичко одобрение
- Аудио снимено

Модератор

- Вешт во групни дискусии
- Користи однапред одредени прашања
- Воспоставува срдечна средина за дискусија

Анализа и известување

- Систематска анализа
- Проверливи процедури
- Извештај
- Заклучоци и препораки

Г) Квалитативно истражување – длабински интервјуа

Таргет група: компании/ бизнис сектор/институции

Длабинските интервјуа се метод на квалитативно прибирање податоци што овозможува собирање на голема количина на информации за однесувањето, ставот и перцепцијата на испитаниците. Овие интервјуа се погодни за добивање квалитативни детални податоци за одредена тема, или пак доколку сакаме да добиеме мислење за определена работа од различен вид испитаници.

За време на длабинските интервјуа, истражувачите и учесниците имаат слобода да истражуваат дополнителни точки и да ја променат насоката на процесот кога е потребно. Тоа е независен истражувачки метод кој може да усвои повеќе стратегии според потребите на истражувањето.

За оваа студија предлагаме внатрешно и надворешно стручно тестирање и, исто така, добивање мислење за квалитетот и јасноста на прашалникот во име на релевантните чинители ангажирани во областа на економијата и финансиите. Клиентот за ова може да назначи експерт по сопствен избор.

Следниве се главните чекори за спроведување на длабински интервјуа што Агенцијата Рејтинг има намера да ги следи:

1. Да се добијат потребните информации за испитаниците и контекстот во кој тие работат.
2. Да се изработи скрипта или листа на теми релевантни за покривање. Ова ќе го олесни додавањето секундарни прашања.
3. Да се ангажираат ги најискусните анкетари да работат на ова истражување
4. Учесниците да бидат избрани внимателно за да се избегне пристрасност
5. Закажување интервју во време и датум по избор на испитаникот.
6. Да се постави максимално времетраење на интервју и максимален број на главни прашања што не се исцрпувачки (45-60 минути е оптимална должина).
7. Да се одржува етичност во текот на целиот процес.

Анализа и известување

- Систематска анализа
- Проверливи процедури
- Извештај од спроведени длабински интервјуа
- Заклучоци и препораки

Обработка на податоците и подготовка на извештаи

Обработката на прибраните податоци се врши во статистичкиот софтвер SPSS v20 (Statistical Package for the Social Sciences), стандарден за овој вид истражувања. Резултатите од истражувањето се примена на општа распределба, корелации и табели за вкрстени пресметки ќе ви бидат доставени во форма на два детални аналитички извештаи за спроведените анкети. Со анализата и заклучоците, Агенција Рејтинг ќе ги претстави ставовите, сознанијата и перцепциите на граѓаните на Република Северна Македонија, во однос на истражуваните области.

Тим кој ќе работи на спроведување на услугата

Во своите досегашни истражувања Агенција Рејтинг има опфатено повеќе од 180 000 испитаници, при што ја има спроведено и најголемата анкета на ниво на град Скопје во која учествуваа 11 418 граѓани. Агенцијата располага со мрежа од 150 професионални и искусни анкетари, координатори и супервизори од сите региони на државата.

На ова истражување, во зависност од барањата, ќе бидат ангажирани околу 25- 40 искусни анкетари со повеќе годишно искуство со работа на B2C и B2B истражувања и истражувања од слична природа. Со нив ќе работи теренски менаџер и тим лидери/супервизори кој на дневна основа ќе добива информации од анкетарите за состојбата на терен. Теренскиот менаџер го известува менаџерот за истражувања за напредокот на теренската работа, за процентот на одбивања, пополнување на квоти и слично, се до завршување со прибирање на податоците за двете истражувања.

ЗА КОМПАНИЈАТА

Агенција Рејтинг е специјализирана агенција за испитување на јавното мислење и истражување на пазарот. Тимот на Рејтинг се состои од истакнати експерти во областа на истражувањата кои работат по најсовремени методи во областа.

Работиме со вас чекор по чекор од самата идеја за истражување, па се до финалниот извештај. На овој начин креираме истражувачки проекти кои се во согласност со вашите потреби и очекувања.

Во досегашните истражувања Рејтинг има опфатено повеќе од 180 000 испитаници, при што ја има спроведено и најголемата анкета на ниво на град Скопје во која учествуваа 11 418 граѓани. Агенцијата располага со мрежа од 150 професионални и искусни анкетари и координатори од сите региони на државата.

Моментално располагаме со систем за истражувања, анализа и статистика кој овозможува:

- R&P и CATI - Анкета лице во лице во домовите на испитаниците или локација по избор
- CATI - Телефонски анкети со помош на компјутер
- CAWI - Онлајн анкети
- Простории и ресурси за фокус групи
- Длабински интервјуа



OPINION RESEARCH
& COMMUNICATIONS
Rade Koncar 8a 1-3,
1000 Skopje, Macedonia
tel./fax 2 3 217 317
www.rating.mk

За успешно спроведување на услугите, Рејтинг располага со целосно опремен модерен контакт центар со 16 станици и простории за фокус групи, како и аудио и видео снимање.

Прилог 3 кон договорот - Листа на Цени

Вид на истражување	Истражувачка техника	Целна група	Вид на примерок	Големина на примерок (N)	Должина (минути)	Цена по анкета/интервју/фокус група (МКД без ДДВ)
Квантитативно	Лице в Лице (перенска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1001-2000	20	360 ден
Квантитативно	Лице в Лице (перенска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	501-1000	20	540 ден
Квантитативно	Лице в Лице (перенска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1-500	20	350 ден
Квантитативно	Лице в Лице (перенска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1001-2000	10	290 ден
Квантитативно	Лице в Лице (перенска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	501-1000	10	480 ден
Квантитативно	Лице в Лице (перенска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1-500	10	380 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1001-2000	20	260 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	501-1000	20	450 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1-500	20	250 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1001-2000	10	210 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	501-1000	10	370 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Општа јавност, граѓани 18+	Национален репрезентативен	1-500	10	215 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Компании (B2B)	Репрезентативен за таргет групата/секторот/дејноста	101-200	20	600 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Компании (B2B)	Репрезентативен за таргет групата/секторот/дејноста	51-100	20	700 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Компании (B2B)	Репрезентативен за таргет групата/секторот/дејноста	1-50	20	615 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Компании (B2B)	Репрезентативен за таргет групата/секторот/дејноста	101-200	10	480 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Компании (B2B)	Репрезентативен за таргет групата/секторот/дејноста	51-100	10	600 ден
Квантитативно	SAT (телефонска анкета)	Компании (B2B)	Репрезентативен за таргет групата/секторот/дејноста	1-50	10	480 ден
Квалитативно	Длабочинско интервју	Компании (B2B)			45-60	1.450 ден
Квалитативно	Фокус група	Структура според потреби		8 чекисници по група	90-120	24.000 ден
					Вкупна цена МКД без ДДВ	33.000,00 ден

НАПОМЕНА

- *Економскиот оператор потребно е да ја пополни листата со износите за секоја ставка поединечно и вкупната цена како и истата да ја потпише со валиден дигитален сертификат, во спротивно понудата ќе биде отфрлена.
- *Потметките (цртите) колони не се пополнуваат.
- *Компаниите наведени во колоната „Големина на Примерок“ не претставуваат максимални количини за нарачка од страна на договорниот орган, туку ранг за бројот испитаниците.
- *Единечните цени ќе се користат за евалуација, а по реализација на договорот, договорниот орган го задржува правото одредени ставки да ги искористи во повеќе наварти, а одредени ставки воопшто да не ги искористи. Кај аукционските набавки маде има многу ставки со количини, може да се случи вкупната цена на понудата како збир на сите ставки да е повисока од износот на обезбедени средства. За овие случаи Договорниот орган наведува дека договорот не се склучува до вредноста на обезбедените средства и ќе се троши колку што има средства на располагање и во зависност од потребите.

X

Никола Спасов
Директор

