Врз основа на член 47 од Законот за проширена одговорност на производителот за управување со посебните текови на отпад (“Службен весник на Република Северна Македонија” бр. 215/21) и Годишната програма за финансирање на управувањето со посебни текови на отпад за 2023 година („Службен весник на Република Северна Македонија” бр. 27/23) и Програмата за изменување и дополнување на Годишната програма за финансирање на управувањето со посебни текови на отпад за 2023 година(„Службен весник на Република Северна Македонија” бр. 189/23), Министерството за животна средина и просторно планирање објавува:

**Јавен конкурс за развој и имплементација на национална кампања за подигање на јавната свест и едукација на граѓаните и субјектите за постапување со посебните текови на отпад**

# **Општи одредби**

1.1 Распределување на средствата од делот II став (3) од Годишната програма за финансирање на управувањето со посебни текови на отпад за 2023 година се врши по пат на јавен конкурс, којшто го објавува и спроведува Министерството за животна средина и просторно планирање, со седиште на Плоштад „Пресвета Богородица“ бр. 3, 1000 Скопје (тел: 02/3251-490).

1.2 Опис на јавниот конкурсот:

*Вовед*

Главната цел на овој конкурс е зголемување на јавната свест и пренесување на информации кои ќе го зголемат разбирањето за важноста, ефектите и придобивките од добар и одржлив систем за управување со отпад, засилување на капацитетите на единиците на локалната самоуправа во овој поглед, кои во сегашниот пристап претежно се потпираат на соработката со надворешни фактори како што се НВО, приватен сектор или академската заедница. Заедниците и индивидуалните граѓани се клучни за успешните резултати за воспоставување на систем за управување со отпад, a развиената јавна свест претставува одговорност на секој, со цел да ја разбере својата улога и да го следи правилниот пристап. **Добрo концепираната кампања за зголемување на јавната свест бара јасност во однос на улогите и одговорностите на засегнатите страни и за тоа што се очекува од сите вклучени страни во општеството**. За градење на врски е потребно време, доверба, меѓусебно почитување и разбирање кои се развиваат врз основа на поединечни и колективни искуства и интеракции.

**Затоа е особено важно сите граѓани да бидат информирани за тоа како функционира регионален пристап за управување со отпад и што значи примарната селекција во домовите**. Исто така, целта е да се разбере како размислува пошироката јавност по ова прашање, односно да се земат предвид нивните грижи и интереси.

*Главни пораки*

* Одговорноста за лошото управување со отпад припаѓа на сите засегнати страни: Владата, општините, правните лица кои управуваваат со отпад, граѓаните, приватниот сектор ( индустријата, производството на енергија и транспортниот сектор). Сите страни треба, и се должни да работат кон надминување на проблемот (несоодветно управување со отпадот) во иднина. Давањето на информации на јавноста за лошите практики во управувањето со отпад, последиците врз животната средина, како и последиците по здравјето треба да помогнат на луѓето да разберат за својата одговорност за отпадот и да создадат навики за подобра контрола врз управувањето со отпадот.

Дополнително, пораката треба да биде насочена и кон влијанието на отпадот врз климатските промени .

**Сите задачи треба да се извршуваат преку блиско вклучување и редовна соработка со МЖСПП и во согласност со целите на проектот.**

*Цели на конкурсот*

Развој и имплементација на национална кампања за подигање на јавната свест за управување со отпад што ќе го поддржи спроведувањето на регионалните системи за управување со отпад и примарната селекција на отпадот. Активноста ќе опфати проценка на моменталното ниво на јавна свест во однос на управувањето со отпадот на национално ниво и во согласност со ова ќе развие концепт за национална кампања и ќе ја испорача кампањата за подигање на јавната свест во период од најмалку 6 месеци, вклучително и следење на влијанието на кампањата.

Целта на кампањата е:

* Создавање на колективно знаење и разбирање на управувањето со отпад, неговите последици и негативните ефекти врз здравјето на човекот;
* Да се развие свеста за потребата за управување со отпад и за постапките кои можат да се преземат;
* Да ѝ се дадат на јавноста алатки за подобрување на управувањето со отпад;
* Да се осигура дека сите прашања поврзани се управувањето со отпад се искомуницирани со јавноста;
* Да се осигура дека пошироката јавност ги разбира податоците во врска со управувањето со отпад;
* Да се истражи перцепцијата на јавноста за климатските промени со цел да се утврдат недостатоците во знаењето и свеста и да се идентификуваат најефективните дејства и алатки кои ќе помогнат да се решат недостатоците;
* Да се развие предлог концепт за креативна и мерлива кампања, насочена кон подобрување на свеста за причините и ефектите од климатските промени и да се мотивира пошироката јавност да биде повеќе свесна за нивната улога во спроведувањето на решенијата предложени во најновите национални стратешки документи за клима;
* Да се развие креативен слоган со инспиративен повик за климатска акција за луѓето да дејствуваат или да го променат однесувањето;
* Воспоставување ефектни односи со сите релевантни национални и локални медиуми, за да се постигне што пошироко споделување од нивна страна на написи и извештаи со цел да се подигне свеста за климатските промени.

*Целни групи*

Секој е засегнат со управувањето со отпад, па затоа целта е да се информираат сите граѓани на Република Северна Македонија. За успешно реализирана комуникација, клучно е да се препознаат засебните целни групи во рамките на граѓанството, на кои треба да се пристапи преку разни канали и алатки за комуникација. Начинот на кој групите сакаат да ја добиваат информација се разликува според тоа каква информација всушност тие бараат и што ги засега нив. Тоа бара различни пораки, различни комуникациски стратегии што треба да бидат развиени за секоја од засебните групи. Порака која таргетира поедничен корисник е многу поефикасна отколку некоја генерична порака наменета за поширока група на корисници.

Потребна е комбинација на комуникациските канали за да се пристапи кон сите целни групи. Избраните канали треба да бидат адаптирани за одредената целна група. За ефективна комуникација треба да бидат исполнети три основни елементи:

1) Граѓаните да ја разбираат пораката;

2) Граѓаните да ја добијат пораката што ќе го привлече нивното внимание;

3) Граѓаните да реагираат на пораката.

Ако пораката не е разбирлива, ако не ја достигне својата целна група, ако изгледа дека не се однесува на нив, или ако едноставно воопшто не се регистрира, групите нема да одговорат. Поради тоа, треба да се предложат најдобрите канали за специфичните целни групи за да може ефикасно да се спроведе кампањата согласно ограничувањата на времето и ресурсите.

1.3. Средствата за Јавниот конкурс за развој и имплементација на национална кампања за подигање на јавната свест и едукација на граѓаните и субјектите за постапување со посебните текови на отпад изнесуваат 15.000.000,00 денари и се доделуваат за следна намена:

**ТАБЕЛА 1:**

|  |
| --- |
| **Активност 1** **Развој на национална кампања за подигање на јавната свест за регионално управување со отпад, селекција на отпад и ублажување на климатските промени врз основа на извршена проценка на постојното познавање на општата јавност на темите;**  Врз основа на своја проценка, Изведувачот ќе развие национална кампања за подигање на јавната свест за управување со отпад.  Кампањата ќе предложи активности кои ќе насочат и ќе бараат промена во однесувањето на граѓаните на минимум следниве аспекти: управување со отпад, фрлање отпадоци, селекција на отпад и намалување на создавање на отпадот и разбирање на климатските промени и влијанието на управувањето со отпадот врз нив.  Кампањата треба да вклучи и промоција на новите регионални системи за управување со отпад и да обезбеди информации и насоки за граѓаните како ќе функционира системот и дека тие имаат обврска да придонесат за негово ефективно спроведување. Ваквата активност ќе се врши во сите општини на територија на државата.  Кампањата може да предвиди различни пилот акции, како што се јавни инсталации, демонстрации на правилна селекција, подигање јавната свест во училиштата, мултимедијални содржини и видео спотови, организирање интерактивни настани за промовирање на рециклирање, повторна употреба и намалување на отпадот итн.  Кампањата треба да развие креативен слоган со инспиративен повик за превенција на отпадот за да луѓето дејствуваат или да го променат однесувањето и да предвиди воспоставување ефектни односи со сите релевантни национални и локални медиуми, за да се постигне што пошироко споделување од нивна страна на написи и извештаи со цел да се подигне свеста и за негогото влијание врз климатските промени.  Во текот на изготвувањето на кампањата ќе се организираат состаноци со релевантните чинители, особено претставници на локалната самоуправа, како и спроведено активности за да се овозможи учество и придонес на граѓаните. |
| **Индикатори/Резултати за Активност бр.1**  Развиена Кампања за подигање на јавната свест за управување со отпад |
| **Активност бр.2 Спроведување на Мултимедијална кампања за подигање на јавната свест за период од најмалку 6 месеци што ќе ја поддржи имплементацијата на регионалните системи за управување со отпад, воведувањето на примарна селекција и разбирањето за влијанијата врз климатските промени;**  Врз основа на изготвената кампања, Изведувачот ќе подготви Акционен план за спроведување на Мултимедијална кампања за подигање на јавната свест за период од минимум 6 месеци, вклучително и преку релевантни обуки.  Ќе се подготви најмалку три видео спота што ќе се емитуваат на национално ниво и социјалните мрежи во период од најмалку 4 месеци; ќе се организираат најмалку две ТВ јавни дебати на националните телевизии за управување со отпад и клима и, најмалку 8 интерактивни емисии на локални ТВ станици по сите плански региони во земјата. Најмалку две ТВ и радио пораки ќе бидат подготвени и емитувани на локалните телевизии и радија во сите плански региони во период од 6 месеци. Истите ќе бидат споделени и виртуелно.  Ќе се организираат најмалку по две обуки, за секој регион за претставници од граѓански здруженија и општински претпријатија за организирање кампањи и пренесување на материјалите за подигање на јавната свест. Обуката ќе вклучува најмалку 25 учесници по регион.  Спроведување на најмалку една пилот акција во секој плански регион преку организирање на интерактивни настани за промовирање на рециклирање, повторна употреба, намалување на отпадот и намалувањето на влијанијата врз климатските промени предизвикани од секторот отпад.  Изработка и дистрибуирање на материјали за едукација во училиштата за промовирање на рециклирањето, повторната употреба, намалување на отпадот и активности за намалување на климатските промени. Материјалите може да бидат во хартија или на електронски носач (се претпочитува електронски носач) и да бидат дистрибуирани до сите основни училишта во сите региони во земјата.  Изработка на креативни решенија за инсталации или информативни табли во јавниот простор на секој плански регион со кои граѓаните ќе може да се информираат за начините на селекција и кои ќе бидат користени од страна на комуналните претпријатија. |
| **Индикатори/Резултати за Активност бр. 2**  Реализирана Мултимедијална кампања за подигање на јавната свест во период до 12 месеци, преку следните главни активности:  1. Подготвен Акционен план за спроведување на Мултимедијална кампања за подигање на јавната свест за период од минимум 6 месеци, вклучително и преку релевантни обуки.  3. Подготвени 3 (три) видео спота и емитувани на (3) национални телевизии и (8) локални телевизии и на социјалните мрежи во период од најмалку 4 месеци;  4. Реализирани 3 (три) ТВ јавни дебати на 3 (три) национални телевизии за управување со отпад и клима преку подготвени материјали, учесници и закуп на медиумски простор;  5. Спроведени 8 (осум) интерактивни емисии на локални ТВ станици по сите плански региони во земјата, со време траење од 20-25 минути по епизода со вклучени водители, сценографија, снимање и монтажа;  6. Осмислени 2 (две) ТВ и радио пораки и емитувани на национални и локални телевизии и радија и виртуелно споделени ;  7. Спроведени по 2 (две) обуки, за секој регион за претставници од граѓански здруженија и општински претпријатија за организирање кампањи со вклучени најмалку 25 учесници по регион;  8. Спроведена најмалку по 1 (една) пилот акција во секој плански регион преку организирање на интерактивни настани за промовирање на рециклирање, повторна употреба, намалување на отпадот и намалување на влијанијата врз климатските промени предизвикани од секторот отпад;  9. Изработени и дистрибуирани интерактивни материјали за потребите за обуките од точка 7, Активност бр. 2;  10. Дистрибуирани материјали за едукација во училиштата за промовирање на рециклирањето, повторната употреба, намалување на отпадот и активности за намалување на климатските промени.  11. Изработени и поставени информативни табли во јавниот простор на секој плански регион.  12. Изработени квартални и годишен извештај за спроведените активности на Кампањата;  ***\*За сите предвидени медиумски активности преку ТВ, Радио и социјални медиуми во форма на организирање на ТВ дебати, ТВ емисии, видео спотови, изведувачот треба да ја земе предвид и закупнината на медиумскиот простор*.** |
|
| **Активност бр. 3 Следење на влијанието на Кампањата за подигнување на јавната свест врз пошироката јавност;**  Изведувачот ќе го следи влијанието на Кампањата за подигнување на јавната свест и знаење на целните групи.  Изведувачот ќе подготви методологија и алатки за мерење на влијанието и успехот на кампањата за подигање на свеста.  На крајот од проектот, Изведувачот ќе подготви анализа за влијанието на кампањата и нејзиниот успех и придонес во подигањето на свеста за управување со отпад . |
| **Индикатори/Резултати за Активност бр. 3**  Изработена Анализа за резултатите постигнати од спроведувањето на Кампањата. |
|

При развивање на Кампањата за подигнување на јавната свест за намалување на количините на отпад и неговото влијание врз климатските промени може да се искористат сите документи и стратегии за отпад објавени на веб страната на Министерството [www.moepp.gov.mk](http://www.moepp.gov.mk) како и Македонската комуникациска стратегија за климатски промени и националната платформа [www.klimatskipromeni.mk](http://www.klimatskipromeni.mk), како комуникациски алатки за споделување знаења и подигање на свеста.

Дополнително, за да се рашири веста на социјалните мрежи, активни се и соодветни профили на Facebook и Instagram на Министерството.

1. При оценувањето на доставената понуда од страна на комисија формирана од министерот за животна средина и просторно планирање, согласно со членот 49 став (3) од овој закон ќе се земат предвид следните критериуми:

**а. Основни критериуми кои треба да ги исполнува правното лице за вршење дејност управување со комуникации и односи со јавност што учествуваат на овој Конкурс се:**

1. Правното лице да е регистрирано во дејноста најмалку пет години пред објавувањето на Конкурсот.

* Доставување на Потврда за регистрирана дејност од Централен Регистар на РСМ, како доказ дека е регистрирано правно лице за вршење на дејноста поврзана со предметот на набавка или доказ дека припаѓа на соодветно професионално здружение согласно со прописите на земјата каде што е регистриран, потврда за платени даноци, придонеси и други јавни давачки од надлежен орган од земјата каде економскиот оператор е регистриран, потврда дека не е отворена постапка за стечај од надлежен орган или единствен документ за докажување на способноста, потврда дека не е отворена постапка за ликвидација од надлежен орган или единствен документ за докажување на способноста. (не постари од шест месеци).

1. Компанијата да има најмалку двојно остварени приходи од вредноста на конкурсот во последните 3 години, да има вработено најмалку 10 лица со што компанијата ќе докаже дека има капацитет да ги спроведе проектните задачи/активности од Конкурсот.

* Со доставување на Извод од целокупниот приход на претпријатието (податок од билансот на успех издаден од надлежен орган, односно ревидиран биланс на успех), и тоа за последните три финансиски години (2020, 2021 и 2022 година) од Централен регистар на РСМ, како и потврда со листа на вработени од Агенција за вработување на РСМ (не постари од шест месеци).

1. Правното лице да има најмалку 3 (три) вработени кои поседуваат знаење и вештини и имаат повеќе од 3 (три) години работен стаж во компанијата со прикажано искуство во делот на:

* Односи со јавноста
* Социјални медиуми
* Организација на настани
* Медиуми и закуп на медиумски простор
* Прес клипинг
* Дизајн и изработка на креативни решенија
* Преку доставување на договор за вработување, надополнет со Изјава со опис на работните задачи кои ги извршува вработениот во компанијата и кратка професионална биографија.

1. Видео продукција и услуги за управување со мултимедијални содржини

Правното лице да има најмалку 3 ( три) референци за извршени исти или слични ангажмани за јавна администрација (локална /централна) или слични кампањи од јавен интерес во изминатите 5 години.

* Потврда или референтно писмо за успешно реализираните проекти за исти или слични ангажмани за јавната администрација (локална и централна) од корисникот, во последните 10 години.

***(Потврдите треба да содржат реализирана вредност на проектот, време и локација на изведување на работите).***

1. Правното лице да има ангажирано најмалку 2 (два) експерта за управување со отпад и да има ангажирано најмалку 1 (еден) експерт за клима.

* Со доставување на Изјава со опис на работните позиции и задачи на ангажираните експертите за област отпад и клима, приложување на договори за ангажирање за работните позиции, надополнета со кратка професионална биографија, и да бидат најмалку ангажирани за целокупното времетраење на Проектот.

**б. Проценка на квалитетот на проектите за правни лица, кои ги исполнуваат основните критериуми, ќе се врши врз основа на следните посебни критериуми:**

|  |  |
| --- | --- |
| Критериум  Техничка понуда (70%) | Вкупно бодови  Maксимум 700 |
| **Профил на правното лице**  Основање и дејствување на правното лице во изминатите години | **Вкупно 150 поени**  3 години– 50 бода  4-7 години– 100 бода  8 или повеќе – 150 бода |
| **Релевантно минато искуство согласно барањата на проектот**  Правното лице да има референци за извршени исти или слични ангажмани за јавната администрација (локална и централна), во последните 5 години | **Вкупно 200 поени**  Реализирани 2 проекти– 110 бода  Реализирани 3-7 проекти – 130 бода  Реализирани 8-10 проекти– 150 бода  Реализирани 11 проекти или повеќе – 200 бода |
| **Квалитет на предложениот концепт**  - ги исполнува целите  - иновативност  - креативност | **Вкупно 250 поени**  Преку изработен Концепта за спроведување на Мултимедијална кампања за подигање на јавната свест во функција на зголемување на знаењето за имплементацијата на регионалните системи за управување со отпад. |
| **Квалификации на предложените членови на тимот**   * Правното лице да има најмалку 3 (тројца) клучни вработени кои поседуваат знаења и вештини и повеќе од 3 (три) години стаж во компанијата како докажани експерти во делот Односи со јавноста, социјални медиуми, организација на настани, медиуми и закуп на медиумски простор, прес клипинг, дизајн и изработка на креативни решенија. * Правното лице да има ангажирано најмалку 2 (двајца) експерта за управување со отпад * Правното лице да има ангажирано најмалку 1 (еден) експерт за клима. | **Вкупно 100 поени**  Релевантното искуство и експертиза на вработените и ангажираните експерт, во корелација со целите и активностите на Проектот. |
| **ВКУПНО** | **700** |

\*Под проект се подразбира развивање на концепт и реализција на мултимедијална национална кампања

Во ПРИЛОГ 2 е формуларот за финасиската понуда. Финансиската понуда ќе биде отворена само за поднесоци кои постигнале минимална техничка оценка од 70% од добиената оценка од 700 поени при евалуација на техничките предлози.

За финансиската понуда се доделуваат максимум 300 поени.

Понудата со најниска цена ќе добие вкупно 300 поени. Другите понуди со повисоки цени ќе ги добијат нивните соодветни оценки според следната формула:

Најниска понуда

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ x 300

Предложена понуда

Ангажираната компанија на која ќе и бидат доделени средствата ќе биде компанијата која има добиено резултат со највисока збирна оценка врз основа на евалуираните технички и финансиски предлози .

*\*Финансиските предлози на Понудувачот чии технички предлози се сметаат за неприфатливи или неквалификувани ќе останат неотворени и може да му се вратат.*

**в. Документи кои треба да ги достават** **правни лица, кои се пријавуваат во рамките на јавниот конкурс:**

1. Предвидените документи утврдени во точка 2, подточка а. со редни броеви 1, 2, 3, 4 и 5 предвидени во Конкурсот. Барањата за учество за Проектот заинтересираните правни лица треба да ги достават на образецот даден во Прилог 1 на овој Kонкурс (и е негов составен дел), а кои се достапни и во електронска верзија на веб страната на Министерството за животна средина и просторно планирање ([www.moepp.gov.mk](http://www.moepp.gov.mk)).
2. Рок и начин на поднесување на барањето за доделување средства за реализација на Конкурсот:
   1. Рокот на доставување на барањата изнесува 30 дена од денот на објавувањето на Конкурсот на официјалната web страна на Министерството за животна средина и просторно планирање [(www.moepp.gov.mk](http://(www.moepp.gov.mk)), Службен весник на Република Северна Македонија“ и во дневните весници „Слободен Печат“ и „КОХА“;
   2. Доставените барања кои ќе пристигнат по истекот на рокот за доставување и кои нема да бидат во согласност со условите од Конкурсот нема да бидат разгледувани од страна на жири комисијата;
   3. Барањата во прилог со Апликациите може да се доставуваат преку пошта на адресата на Министерството за животна средина и просторно планиарње Плоштад „Пресвета Богородица“ бр. 3, 1000 Скопје, со назнака „ Јавен конкурс за развој и имплементација на национална кампања за подигање на јавната свест и едукација на граѓаните и субјектите за постапување со посебните текови на отпад“
   4. или пак да се предадат во архивата на Министерството за животна средина и просторно планирање секој работен ден од 09.00 до 15.00 часот;
   5. Комисијата, врз основа на критериумите за доделување на средствата содржани во Јавниот конкурс, подготвува предлог за доделување на средствата во рок од 30 дена од денот на истекувањето на рокот од точка 4.1 и го доставува до Министерот.
   6. Врз основа на предлогот од Комисијата, Министерот донесува одлука за доделување на средствата од Јавниот Конкурс и склучува Договор за реализирање на проектот.
   7. Одлуката за распоредувањето на средствата од Јавниот конкурс ќе биде објавена на официјалната веб страна на Министерството за животна средина и просторно планирање <https://www.moepp.gov.mk> и во „Службен весник на Република Северна Македонија“.

**Комисија**

ПРИЛОГ 1 - Барање за добивање на средства за развој и имплементација на национална кампања за подигање на јавната свест и едукација на граѓаните и субјектите за постапување со посебните текови на отпад

БАРАЊЕ ЗА ДОБИВАЊЕ НА СРЕДСТВА

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. ОПШТИ ПОДАТОЦИ** | | | |
| Барател: | | | |
| Доставен на: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ден/месец/година | | | |
| Времетраење на проектот: \_\_\_\_\_\_\_месеци  Почеток на проектот \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Краен рок \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | |
| Вкупни потребни средства за реализација на проектот со вклучен ДДВ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ МКД  Барани средства од Годишната програма за финансирање на управувањето со посебни текови на отпад за 2023 година \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ МКД  Финансиско учество на барателот на средства за реализација на проектот \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_МКД | | | |
| **2. ОПШТИ ПОДАТОЦИ ЗА БАРАТЕЛОТ** | | | |
| Име на барателот |  | | |
| Адреса на барателот |  | | |
| Одговорно лице за проектот |  | | |
| Функција на одговорно лице во проектот |  | | |
| Телефон/факс |  | | |
| Е-mail |  | | |
| Даночен број на барателот |  | | |
| Матичен број на барателот |  | | |
| Број на сметка на барателот |  | | |
| Назив на банка |  | | |
| **3. ПОДАТОЦИ ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА ПРОЕКТОТ** | | | |
| Организација одговорна за имплементација на проектот | |  | |
| Договори за соработка/ партнерство | |  | |
| **4. ДЕТАЛЕН ОПИС НА ПРОЕКТОТ** | | | |
|  | | | |
| **Оправданост на проектот** | | | |
| *Проектна цел* | | | *Специфични проектни цели* |
|  | | |  |
|  | | |  |
|  | | |  |
| **Активности за спроведување на проектот** | | | **Резултати од спроведување на проектот** |
|  | | |  |
|  | | |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. **ВРЕМЕНСКИ РАСПОРЕД ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА АКТИВНОСТИТЕ**   **(главни активности кои се предвидени за спроведување на проектот)** | | |
|  | **Активност** | **Број на месеци** |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **6. ПРЕГЛЕД НА БУЏЕТОТ ПОТРЕБЕН ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА ПРОЕКТОТ**  **( да се даде предлог буџет потребен за спроведување на проектот преку предвидените главни активности на проектот)** | | | | | |
| **Буџетска линија- вид на трошок** | **Ед.мерка** | **Единечна цена** | **Вкупен број** | | **Вкупно** |
|  |  |  |  | |  |
|  |  |  |  | |  |
|  |  |  |  | |  |
|  |  |  |  | |  |
| **Вкупно трошоци:** | | | |  | |

ПРИЛОГ 2 – Финасиска понуда

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ПРЕГЛЕД НА БУЏЕТОТ ПОТРЕБЕН ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА ПРОЕКТОТ** | | | | |
| **Активност** | **Единица мерка** | **Единечна цена** | **Вкупен број** | **Вкупно** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **ВКУПНА ВИСИНА НА ФИНАНСИСКАТА ПОНУДА:** | | |  | |

М.П. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Потпис на овластено лице)

\*Во табелите може да се додаваат редови и колони согласно потребите на Проектот.