



OBJEDNÁVKA č. 0909/2021/KON/O

Odběratel

IČ: 70890692 DIČ: CZ70890692

Moravskoslezský kraj

28. října 2771/117

70218 Ostrava

Vyřizuje:

Telefon:

Odbor:

Dodavatel

IČ: 60916851 DIČ:

GIST, s.r.o.

Collinova 421

50003 Hradec Králové

Vyřizuje:

Telefon:

Objednáváme u Vás:

nastavení prostředí manažerských dashboardů a přípravu konkrétních reportů v aplikaci Datové sklady Moravskoslezského kraje v předpokládaném rozsahu 158 hodin. Cena za 1 hodinu je 1200 Kč bez DPH.

Reportem je pro účely tohoto zadání myšleno několik stránek, které tvoří ucelený celek (od přehledného srozumitelného grafického zobrazení vybraného ukazatele/oblasti po detailní zobrazení dat např. ve formě tabulek). Součástí reportu jsou náhledy, prokliky, tooltipy, filtry...

Plnění bude poskytováno průběžně. Dodavatel po provedení objednaných služeb zašle odběrateli k odsouhlasení výkaz činnosti, ve kterém uvede počet hodin poskytnutých služeb a popis provedených činností. Objednatel výkaz odsouhlasí, pokud byly služby provedeny řádně v souladu s jejich objednávkou; v případě, že poskytnuté služby anebo výkaz nebyly provedeny řádně, vrátí objednatel výkaz s popsány výhradami poskytovateli zpět. Bez potvrzeného výkazu není odběratel oprávněn uhradit cenu za služby.

Datum požadovaného splnění: průběžně do 28.02.2022

Přílohy:

UPOZORNĚNÍ: Úhrada faktury se provádí 14. kalendářní den od data doručení faktury.

Povinnost zaplatit cenu je splněna dnem odepsání příslušné částky z účtu objednatele.

Odběratel uplatní institut zvláštního způsobu zajištění daně dle § 109a zákona o DPH a hodnotu plnění odpovídající dani z přidané hodnoty uvedené na faktuře uhradí v termínu splatnosti této faktury stanoveném dle objednávky přímo na osobní depozitní účet dodavatele vedený u místně příslušného správce daně v případě, že:

a) dodavatel bude ke dni uskutečnění zdanitelného plnění zveřejněn v aplikaci „Registr plátců DPH“ jako nespolehlivý plátec, nebo

b) dodavatel bude ke dni uskutečnění zdanitelného plnění v insolvenčním řízení.

Odběratel nenese odpovědnost za případné penále a jiné postihy vyměřené či stanovené správcem daně dodavateli v souvislosti s potenciálně pozdní úhradou DPH, tj. po datu splatnosti této daně.

Dodavatel prohlašuje, že není obchodní společností, ve které veřejný funkcionář uvedený v § 2 odst. 1 písm. c) zákona č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, ve znění pozdějších předpisů (člen vlády nebo vedoucí jiného ústředního správního úřadu, v jehož čele není člen vlády), nebo jím ovládaná osoba vlastní podíl představující alespoň 25% účast společníka v obchodní společnosti. Dodavatel bere na vědomí, že pokud je uvedené prohlášení nepravdivé, bude smlouva považována za neplatnou.

MAX. CENA CELKEM (vč. DPH)**229 416,00 Kč**

Podrobnosti platby:

Na účet

Číslo výdajového účtu MSK : 27-1650676349/0800

Datum: 03.11.2021

MORAVSKOSLEZSKÝ KRAJ
Krajský úřad
28. října 117
70218 OSTRAVA
602
602-602-602

1. The first step in the process of identifying a problem is to recognize that a problem exists. This is often done by comparing current performance with a desired state or goal. If there is a significant difference, a problem is identified. For example, if a company's sales are declining while its expenses are increasing, this indicates a problem that needs to be addressed.

2. Once a problem is identified, the next step is to define the problem more precisely. This involves determining the scope of the problem, the resources available, and the constraints that may be affecting the problem. For example, if a company is experiencing declining sales, it may be necessary to determine whether the problem is due to a lack of marketing, poor product quality, or a change in customer preferences.

3. The third step in the process is to generate potential solutions. This is often done by brainstorming or using a structured problem-solving technique such as the 5 Whys. The goal is to identify a range of possible solutions that could address the problem. For example, if a company is experiencing declining sales, potential solutions might include increasing marketing efforts, improving product quality, or offering discounts to customers.

4. The fourth step is to evaluate the potential solutions. This involves comparing the benefits and costs of each solution and determining which solution is most likely to be successful. For example, if a company is considering increasing marketing efforts, it may need to evaluate the cost of the marketing campaign against the potential increase in sales.

5. The final step in the process is to implement the chosen solution. This involves putting the solution into action and monitoring its progress. For example, if a company has decided to increase marketing efforts, it may need to develop a marketing plan, allocate resources, and track the results of the campaign.

Předmět:

RE: Objednávka 0909/2021/KON/O

Přílohy:

Objednávka 11.2021.docx

From:

Sent: Friday, November 5, 2021 8:22 AM

To:

Subject: RE: Objednávka 0909/2021/KON/O

v příloze zasílám potvrzení objednávky č. 0880/2021/KON/O

S pozdravem

GIST, s.r.o. www.gist.cz

Objednávka č. 0880/2021/KON/O

Tímto potvrzujeme přijetí objednávky č. 0880/2021/KON/O


GIST, s.r.o. www.gist.cz

+