



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

МЕТОДИКА ЗА ОЦЕНЯВАНЕ НА ОФЕРТИ

за участие в процедура с предмет „Разработване на бизнес и маркетингов анализи и стратегии и концепция за развитие“ с критерий „икономически най-изгодна оферта“

Методиката за оценяване е инструмент за комплексна оценка и класиране на получените оферти по процедурата, изчислена на база финансова и техническа оценка.

Класирането се извършва в низходящ ред по получената комплексна оценка, като на първо място се класира офертата с най-висока оценка.

В случай че комплексните оценки на две или повече оферти са равни, за икономически най-изгодна се приема тази оферта, в която се предлага най-ниска цена. При условие че и цените са еднакви се сравняват оценките по показателя с най-висока относителна тежест и се избира офертата с по-благоприятна стойност по този показател. В случай, че офертата не може да се определи по този ред, Групата оценители провежда публично жребий за определяне на изпълнител между класираните на първо място оферти.

Промопак ООД ще приложи критерий за оценка „икономически най-изгодна оферта“, като използва следните показатели за оценка:

Показател - П (наименование)	Относително тегло	Максимално възможен брой точки	Символно обозначение (точки по показателя)
1	2	3	4
1.Предложена цена – П 1	30 %	10	Т ц
2.Срок на изпълнение – П 2	40 %	10	Тс.и.
3. Методология за изпълнение - П 3	30 %	10	Т м.и.

В колона № 1 са посочени определените показатели с техните обозначения; в колона № 2 са посочени относителните тегла на всеки показател, като процент от комплексната оценка (до 100%); в колона № 3 е посочен максимално възможният брой точки (еднакъв за всички показатели); в колона № 4 е дадено символното обозначение на точките, които ще получи дадена оферта в конкретен показател

Указания за определяне на оценката по всеки показател :

Показател 1 – „Предложена цена”, с максимален брой точки – 10 и относително тегло в комплексната оценка – 30% (0,30).

Максималният брой точки получава офертата с предложена най-ниска цена – 10 точки. Точките на останалите участници се определят в съотношение към най-ниската предложена цена по следната формула:

$$T_{ц} = 10 \times \frac{C_{\min}}{C_n}, \text{ където:}$$

- „10” е максималните точки по показателя
- „C_{min}” е най-ниската предложена цена
- „C_n” е цената на n-я участник

Точките по първия показател на n-я участник се получават по следната формула:

$$P_1 = T_{ц} \times 0,30, \text{ където:}$$

- „0,30” е относителното тегло на показателя

Показател 2 – “Срок на изпълнение” с максимален брой точки – 10 и относително тегло – 40% (0,40).

Максималният брой точки получава офертата с предложени най-добри условия по отношение на срока на изпълнение – 10 точки. Точките на останалите участници се определят в съотношение към най-ниската предложена цена по следната формула:

$$T_{с.и.} = 10 \times \frac{\text{Срок изп. min}}{\text{Срок изп. n}}, \text{ където:}$$

- „10” е максималните точки по показателя
- „Срок изп. min” е най-ниската предложена цена
- „Срок изп. n” е цената на n-я участник

Точките по първия показател на n-я участник се получават по следната формула:

$$P_2 = T_{с.и.} \times 0,40, \text{ където:}$$

- „0,40” е относителното тегло на показателя.

Показател 3 – “Методология на изпълнение” с максимален брой точки – 10 и относително тегло – 30% (0,30).

Максималният брой точки получава офертата с предложени най-добри условия по отношение на методологията на изпълнение – 10 точки. Точките на останалите участници се определят в съотношение към най-високата по отношение на методологията на изпълнение оценка по следната формула:

$$T_{м.и.} = 10 \times \frac{\text{Метод. изп. max}}{\text{Метод. изп. n}}, \text{ където:}$$

- „10” е максималните точки по показателя
- “Метод. изп. max” е най-високата оценка, получена от оферент
- „Метод. изп. n” е оценката на n-я участник

Точките по първия показател на n-я участник се получават по следната формула:

$$P_2 = T_{м.и.} \times 0,30, \text{ където:}$$

- „0,30” е относителното тегло на показателя.

Офертата на кандидата трябва да съдържа изброяване на **всички дейности посочени в Раздел I и Раздел II, тъй като същите представляват минимални изисквания съгласно Техническото задание.** В случай, че офертата на кандидата не съдържа изчерпателно изброяване на всички дейности съгласно Раздел I и Раздел II, съответният кандидат ще бъде отстранен от участие в процедурата на основание несъответствие на офертата със заложените минимални изисквания.

Офертата на кандидата следва да включва информация за основните елементи, от които ще се състои изпълнението на всяка отделна дейност по т. 1 – т. 8 вкл. от Раздел I и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II на *Таблица № 1.*

Кандидадът ще получи максимален бр. точки (10 т.), в случай, че основните елементи от които ще се състои изпълнението на дейностите по т. 1 – т. 8 вкл. от Раздел I и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II са посочени изчерпателно – за всички дейности.

Кандидадът ще получи междинен бр. точки (5 т.), в случай, че основните елементи, от които ще се състои изпълнението на дейностите по т. 1 – т. 8 вкл. от Раздел I и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II са посочени частично – само за някои от тези дейности.

Кандидадът няма да получи точки по този показател, в случай че не са посочени основните елементи, от които ще се състои изпълнението на нито една от дейностите по т. 1 – т. 8 вкл. от Раздел I и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II .

Таблица № 1

Описание на дейността	Измерител	Бр. точки
<p>I. Разработване на Бизнес и маркетингов анализи и стратегии за реализация на серии от козметични продукти за хотели за България и Гърция</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Резюме 2. Информация за компанията 3. Статистически маркетингов анализ 4. Анализ на пазарните нужди (първичен, качествен) 5. SWOT 6. Маркетинг стратегии за България и Гърция 7. Маркетинг микс детайли 8. Лансиране на козметични линии за хотели в България и Гърция <p>II. Разработване на концепция за стартиране и развитие на бизнес услуги за тестинг&семплинг единични дози</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Макроикономическо (вторично) маркетингово проучване 2. Микроикономически (първични качествени) пазарни проучвания 3. SWOT 4. Маркетинг стратегии въвеждане на 	<p>Посочени са основните елементи, от които ще се състои изпълнението на дейностите по т. 1 – т. 8 вкл. от Раздел I и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II:</p> <p>Посочени изчерпателно – за всички дейности по т. 1 – т. 8 вкл. от Раздел I и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II</p> <p>Посочени частично - само за някои от дейностите по т. 1- т. 8 вкл. и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II</p> <p>Не са посочени за нито една от дейностите по т. 1 – т. 8 вкл. от Раздел I и т. 1 - т. 6 вкл. от Раздел II – 0 т.</p>	<p>10 т.</p> <p>5 т.</p> <p>0 т.</p>

тестинг&семплинг услуги България 5. Маркетинг микс детайли 6. Лансиране в България		
Обща оценка за раздела:	Макс. 10 точки	

Длъжностните лица предлагат за отстраняване от участие в процедурата участник, който в техническото си предложение е предложил организационна структура и разпределение на експертния състав и/или методология на изпълнение на договора, които не съответстват на изискванията на Възложителя, Техническото задание от указанията за участие и задълженията на изпълнителя по договора за възлагане на поръчката.

Комплексната оценка /КО/ на всеки участник се получава като сума от оценките на офертата по двата показателя, изчислени по формулата:

$$КО = П_1 + П_2 + П_3$$

Офертата получила най-висока комплексна оценка, се класира на първо място.