



Методика

за

определяне на комплексната оценка на офертите за обществена поръчка, обявена от

Икономически университет – Варна с предмет:

“Избор на изпълнител за изработка на специализиран дизайн и доставка на информационно-образователни издания и материали, свързани с учебния процес за нуждите на ИУ-Варна ” при критерий за възлагане икономически най-изгодна оферта при оптимално съотношение качество/цена.

1. ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА И ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ТЕЖЕСТТА ИМ В КОМПЛЕКСНАТА ОЦЕНКА НА ПРЕДЛОЖЕНИЕТО:

1. „Цялостна визия и предложение за разполагане на изискваните персонифициращи елементи върху представените цветни разпечатки, представящи дизайнерските решения на участника по интериора на информационно-образователни издания и материали, посочени в Техническата спецификацията по позиции 1, 9, 11, 12, 13, 14 и 15“ с относителна тежест 30%
2. „Ценови параметри“ с относителна тежест 70%

Комплексна оценка (КО)

Комплексната оценка (КО) се определя като сбор от оценките по посочените по-горе основни показатели, умножени по коефициент определящ относителната им тежестта в общата оценка, изразено чрез следната формула:

$КО = ЦВ + ЦП$, където:

ЦВ – Оценка за цялостна визия и предложение за разполагане на изискваните персонифициращи елементи върху представените цветни разпечатки, представящи дизайнерските решения на участника по интериора на информационно-образователни издания и материали, посочени в Техническата спецификацията по позиции 1, 9, 11, 12, 13, 14 и 15.

ЦП – Оценка на ценови параметри.

1.1. **Показател ЦВ** – „Цялостна визия и предложение за разполагане на изискваните персонифициращи елементи върху представените цветни разпечатки, представящи дизайнерските решения на участника по интериора на информационно-образователни издания и материали, посочени в Техническата спецификацията по позиции 1, 9, 11, 12, 13, 14 и 15“ с максимален брой точки 30 (тридесет), оценявани както следва:

- дизайнерско решение за визия на артикулите - максимум 20 точки - при скала за оценяване от 5, 10, 15 и 20 точки.
- персонифициращите елементи се разчитат лесно, като са разположени върху рекламните материали по начин, съобразен с площта, дизайна и приложените по поръчката визуални снимкови елементи - максимум 10 точки - при скала за оценяване от 1, 5 и 10 точки.

1.2. **Показател (ШШ)** – „Ценови параметри”, с максимален брой точки 70 (седемдесет).

Точките на останалите участници се определят в съотношение към най-ниската предложена цена по следната формула:

$ЦП = (ЦП_{\text{мин}} / ЦП_{\text{участник}}) \times 70$, където :

- “ЦП” е оценка за “Ценови параметри“;
- “ЦП_{мин}” е общия сбор на предложените най-ниски ценови параметри;
- “ЦП_{участник}” е общия сбор на ценови параметри на оценявания участник.

2. ОЦЕНЯВАНЕ

При равни стойности на всички участници за даден показател (или $ПОКАЗАТЕЛ_{\text{мин}} = ПОКАЗАТЕЛ_{\text{макс}}$) всички участници получават пълния брой точки за съответния показател

Максималната КО, която може да получи всеки участник е 100 (сто) точки.

Комисията класира участниците в низходящ ред на получените комплексни оценки на офертите им. На първо място се класира участникът, получил най-голяма комплексна оценка. При равни комплексни оценки на първо място се класира участникът, чиято предлагана цена е по-ниска.

В случай на равен брой точки, Изпълнителя на поръчката се определя чрез жребий.

ЗАМ.-РЕКТОР „ФМБ” РБ.....

