

## Методика оцінки пропозицій

1. Переможцем Конкурсу оголошується Учасник з найнижчою приведеною вартістю.
2. Приведена вартість враховує нецінові (кваліфікаційні) та цінові критерії.
3. Вага нецінових (кваліфікаційних) та цінових критеріїв співвідносяться як 30% (неціновий критерій) до 70% (ціновий критерій).
4. Приведена вартість розраховується за формулою:  
ЦП (ціна пропозиції) / КК (коефіцієнт корекції),  
Коефіцієнт корекції розраховується за формулою:  $KK = 1 + (F1 + F2 + \dots + Fn) / 70$ , де  $F1...Fn$  – значення кожного нецінового критерію, 70 – вага критерію «ціна».
5. Визначення ваги нецінових (кваліфікаційних) критеріїв здійснюється відповідно до Таблиці:

№ п/п	Кваліфікаційна вимога	Критерії оцінювання	Мінімальна та максимальна к-сть балів
1.	Досвід розробки стратегій просування для паливного ринку, та/або автомобільного ринку, та/або державних установ, та/або промислових підприємств національного масштабу	Креативність, інноваційність, результативність	Від 0 до 2,5
2	Досвід розробки назви та логотипу для паливного ринку, та/або автомобільного ринку, та/або державних установ, та/або промислових підприємств національного масштабу	Креативність, інноваційність, результативність	Від 0 до 2,5
3	Розроблена Стратегія просування: - SWOT-аналіз наявного іміджу Замовника; - визначення ключової ідеї і цінностей майбутнього бренду; - опис цільових аудиторій та ключових повідомлень для них; - обґрунтування і опис рекомендованих каналів комунікацій; - план заходів з просування майбутнього бренду; - система оцінки ефективності стратегії просування	Відповідно до брифу	Від 0 до 5
4.	Розроблена назва	Відповідно до Брифу	Від 0 до 5
5.	Розроблений ескіз логотипу/варіантів логотипу	Відповідно до брифу	Від 0 до 5
6.	Опис-аргументація назви	Відповідно до Брифу	Від 0 до 5
7.	Опис-аргументація логотипу	Відповідно до брифу	Від 0 до 5
<b>Усього</b>			<b>Від 0 до 30</b>

6. Для визначення цінового критерію для кожного Учасника береться до уваги надана ним цінова пропозиція.
7. За формулою визначення приведеної вартості визначається приведена вартість пропозицій кожного з трьох Учасників.
8. Учасник з найнижчою приведеною вартістю оголошується Переможцем Конкурсу.

**Приклад визначення приведеної вартості:**

Цінова пропозиція Учасника 1 - 100 000 грн.

Цінова пропозиція Учасника 2 – 75 000 грн

Цінова пропозиція Учасника 3 – 60 000 грн

Нецінові критерії Учасника 1 – 25 (з 30 можливих)

Нецінові критерії Учасника 2 – 10 (з 30 можливих)

Нецінові критерії Учасника 3 – 30 (з 30 можливих)

Отже,

коефіцієнт корекції Учасника 1 дорівнюватиме:  $KK = 1 + 25 / 70 = 1.36$

коефіцієнт корекції Учасника 2 дорівнюватиме:  $KK = 1 + 10 / 70 = 1.14$

коефіцієнт корекції Учасника 3 дорівнюватиме:  $KK = 1 + 30 / 70 = 1.43$

Визначаємо приведену вартість пропозицій Учасників для порівняння і визначення Переможця:

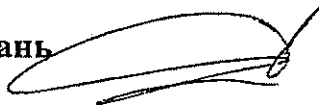
$100\ 000\ \text{грн} / 1.36 = 73\ 529\ \text{грн}$  – приведена вартість пропозицій Учасника 1

$75\ 000 / 1.14 = 65\ 789\ \text{грн}$  - приведена вартість пропозицій Учасника 2

$60\ 000 / 1.43 = 41\ 958\ \text{грн}$  – приведена вартість пропозицій Учасника 3

Переможець – Учасник 3, наступний за ним – Учасник 2, наступний – Учасник 1.

Директор з комерційних питань



С.Г. Федоренко