**Saimnieciski visizdevīgākais piedāvājums**

1. Iepirkuma komisija nosaka saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu un Pretendentu kura piedāvājums tiks noteikts par saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu, saskaņā ar šādiem vērtēšanas kritērijiem un to aprēķināšanas algoritmiem:

*1.tabula*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kritērijs** | | **Maksimālais punktu skaits kritērijā** |
| **A** | **Pakalpojuma cena** | **40** |
| **B** | **Tehniskā piedāvājuma kvalitāte** | **60** |
| *B1* | *Kampaņas radošās idejas izklāsts* | *40* |
| *B2* | *Pretendenta iepriekš veidotā reklāmas satura atbilstība darba uzdevumam* | *20* |
| **Kopā:** | | **100** |

1. **Kritērija “Pakalpojuma cena” (A) skaitlisko vērtējumu aprēķina pēc šādas metodoloģijas:**

, kur:

*– viszemākā piedāvātā pakalpojuma cena;*

*– vērtējamā piedāvātā pakalpojuma cena;*

*– kritērija maksimālā skaitliskā vērtība.*

1. **Tehniskā piedāvājuma kvalitātes vērtējums (B)** skaitlisko vērtējumu aprēķina pēc šādas formulas: B=B1+ B2 un vērtēšanas metodoloģijas:
   1. Pretendenta piedāvāta radošā ideja (tai skaitā video, plakāta, banera idejas apraksts) ir oriģināla, izklāstīta skaidri un tādā detalizācijā, kas ļauj pārliecināties, ka plānotās ieceres ir atbilstošas Tehniskajā specifikācijā definētajam mērķim un saistītajai informācijai;
   2. Vērtējot piedāvājuma kvalitāti, ņem vērā šādus Tehniskā piedāvājuma vērtēšanas kritērijus:
      1. Pretendenta piedāvāta radošā ideja (tai skaitā video, plakāta, banera idejas apraksts) ir oriģināla, izklāstīta skaidri un tādā detalizācijā, kas ļauj pārliecināties, ka plānotās ieceres ir atbilstošas tehniskajā specifikācijā definētajam mērķim un saistītajai informācijai;
      2. Pretendents, izstrādājot kampaņas radošās idejas izklāstu, ir ņēmis vērā Tehniskajā specifikācijā noteikto mērķauditoriju, tai skaitā kampaņas radošās idejas izklāsts liecina, ka tiks aptverta visa mērķauditorija un izvietojot izstrādātos reklāmas materiālus tiks veicināta izvirzīto izmērāmo rezultātu sasniegšana;
      3. Iesniegtā informācija par Pretendenta iepriekš veidotu reklāmas saturu raksturo Pretendenta spēju izpildīt šī iepirkuma līguma priekšmetu atbilstoši Tehniskajā specifikācijā izvirzītajām prasībām.
   3. **Kampaņas radošās idejas izklāsta (B1)** skaitlisko vērtējumu aprēķina, atbilstoši šādai kārtībai:

*2.tabula*

|  |  |
| --- | --- |
| Kampaņas radošās idejas izklāstam ir **augsta detalizācijas pakāpe**, visi augstāk norādīte kritēriji ir detalizēti aprakstīti, pamatoti un pilnībā atbilst pakalpojuma sniegšanai augstā kvalitātē. | 40 punkti |
| Kampaņas radošās idejas izklāstam ir **vidēja detalizācijas pakāpe**, viens no augstāk norādītajiem kritērijiem nav pietiekoši detalizēti aprakstīts vai nav pietiekoši pamatots, vai nav pilnībā atbilstošs pakalpojumu sniegšanai augstā kvalitātē. | 20 punkti |
| Kampaņas radošās idejas izklāstam ir **zema detalizācijas pakāpe**, visi augstāk norādītie kritēriji ir vispārīgi aprakstīti vai nav pamatoti, vai nav pilnībā atbilstoši pakalpojumu sniegšanai augstā kvalitātē. | 0 punkti |

**3.1. Pretendenta iepriekš veidotās reklāmas satura atbilstība darba uzdevumam (B2)** skaitlisko vērtējumu aprēķina, atbilstoši šādai kārtībai:

*3.tabula*

|  |  |
| --- | --- |
| Iesniegtais iepriekš veidotas reklāmas saturs ir ar detalizācijas pakāpi, kas ļauj pilnībā pārliecināties par Pretendenta spēju izpildīt līguma priekšmetu un iesniegtajā piedāvājumā ir visi šajā iepirkumā plānotie grafisko/multimediju materiālu veidi (video, radio reklāma, plakāts, baneris). | 20 punkti |
| Iesniegtais iepriekš veidotas reklāmas saturs ir ar detalizācijas pakāpi, kas ļauj daļēji pārliecināties par Pretendenta spēju izpildīt līguma priekšmetu un iesniegtajā piedāvājumā ir vismaz divi šajā iepirkumā plānotie grafisko/multimediju materiālu  veidi (video un/vai radio reklāma un/vai plakāts un/vai baneris,) | 10 punkti |
| Iesniegtais iepriekš veidotas reklāmas saturs ir ar detalizācijas pakāpi, kas ļauj daļēji pārliecināties par Pretendenta spēju izpildīt līguma priekšmetu un iesniegtajā piedāvājumā ir tikai viens šajā iepirkumā plānotais grafisko/multimediju materiālu veids (video vai radio reklāma vai plakāts vai baneris). | 5 punkti |
| Nav iesniegts iepriekš veidotas reklāmas saturs. | 0 punkti |

1. Tehnisko piedāvājumu detalizācijas pakāpes noteikšanā Komisija ir tiesīga izmantot piedāvājumu savstarpējās salīdzināšanas metodi.
2. Iepirkuma komisijas locekļi piedāvājumus vērtē individuāli, katrā vērtēšanas kritērijā piešķirot attiecīgo punktu skaitu. Kopējo punktu skaitu katram piedāvājumam iepirkuma komisija aprēķina, summējot vērtējamajam piedāvājumam visu iepirkuma komisijas locekļu piešķirtos punktus, kas izdalīti ar iepirkuma komisijas locekļu, kas piedalās vērtēšanā, skaitu.
3. Piedāvājumu vērtēšana notiek pēc punktu metodes. Maksimālais punktu skaits ir 100. Punktus aprēķina ar precizitāti līdz punkta simtdaļai.
4. Gala vērtējumu (K), ņemot vērā piedāvāto cenu un kvalitātes kritērija vērtējumā iegūto punktu kopsummu, aprēķina pēc šādas formulas: K = A+B (B1+ B2).
5. Par saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu iepirkuma komisija atzīs piedāvājumu, kurš iegūs visaugstāko galīgo skaitlisko vērtējumu (punktu skaitu).
6. Ja punktu aprēķināšanas rezultātā diviem Pretendentiem ir vienāds punktu skaits, tad par uzvarētāju tiek atzīts tas Pretendents, kurš ieguvis vislielāko punktu skaitu summāri (B1) kritērijā “Kampaņas radošās idejas izklāsts”. Ja arī starp Pretendentiem summāri iegūtais punktu skaits par (B1) “Kampaņas radošās idejas izklāsts” kritēriju ir vienāds, tad par uzvarētāju tiek atzīts tas Pretendents, kurš ieguvis vislielāko punktu skaitu summāri (A) kritērijā “Pakalpojuma cena”.