

**администрация МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СОСНОВОБОРСКИЙ ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

### постановление

от 27/02/2014 № 372

Об утверждении Порядка оценки заявок

на участие в конкурсе на право заключения

муниципального договора на установку

и эксплуатацию рекламной конструкции,

критериев оценки, их содержания и значимости

 В целях установления единого порядка оценки заявок на участие в конкурсе на право заключения муниципального договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории муниципального образования Сосновоборский городской округ Ленинградской области, руководствуясь Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", а также Уставом муниципального образования Сосновоборский городской округ Ленинградской области, и в целях приведения в соответствие с требованиями действующего законодательства правовых актов муниципального образования, администрация Сосновоборского городского округа **п о с т а н о в л я е т:**

 1. Утвердить Порядок оценки заявок на участие в конкурсе на право заключения

муниципального договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, критерии оценки, их содержание и значимость (Приложение).

 2. Общему отделу администрации (Тарасова М.С.) обнародовать настоящее постановление на электронном сайте городской газеты «Маяк».

 3. Пресс-центру администрации (Арибжанов Р.М.)разместить настоящее постановление на официальном сайте Сосновоборского городского округа.

 4. Постановление вступает в силу со дня официального обнародования.

 5. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации ВоробьеваВ.С.

Глава администрации

Сосновоборского городского округа В.И.Голиков

Исп. Данилян И.В.

тел. 2-60-71; СЕ

УТВЕРЖДЕН

постановлением администрации Сосновоборского городского округа от 27/02/2014 № 372

Приложение

**Порядок оценки заявок на участие в конкурсе на право заключения**

**муниципального договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, критерии оценки, их содержание и значимость**

Настоящий Порядок устанавливает критерии оценки заявок на участие в конкурсе, их содержание и значимость.

Порядок оценки заявок по каждому из критериев, определен в соответствии с «Правилами оценки заявок на участие в конкурсе на право заключить государственный или муниципальный контракт на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд», утвержденными постановлением Правительства РФ от 10 сентября 2009г №722.

Рейтинг представляет собой оценку в баллах, получаемую по результатам оценки по критериям. Дробное значение рейтинга округляется до двух десятичных знаков после запятой по математическим правилам округления.

Значимость критериев определяется в процентах. При этом для расчетов рейтингов применяется коэффициент значимости, равный значению соответствующего критерия в процентах, деленному на 100.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Критерии оценки заявок | Значимость критерия, % |
| 1. | Наивысший размер платы, предложенный участником конкурса за право заключения договора (РЦ) |  40% |
| 2. | Наилучшее предложение по размещению социальной рекламы (Р1) | 20% |
| 3. | Наличие материально- технической базы организации для обеспечения надлежащего внешнего вида и технического состояния рекламной конструкции (Р2) | 20% |
| 4. | Наилучшие предложения технического исполнения рекламной конструкции, включая подсветку (Р3) | 20% |
| Сумма значимостей критериев | 100 % |

Для определения рейтинга, присуждаемого заявке по каждому из критериев, указывается расчетная формула и правила ее применения.

Оценка конкурсных предложений в соответствии с критериями конкурса осуществляется в следующем порядке:

1. Расчет рейтинга критерия оценки ценового предложения участника конкурса осуществляется по формуле:

РЦ = (Пц/Пц max) х 40, где

РЦ – рейтинг критерия ценового предложения участника конкурса, в баллах.

40 – коэффициент значимости (максимальное значение оценки критерия), в баллах.

Пц – ценовое предложение участника конкурса по лоту, в рублях.

Пц max – максимальное значение ценового предложения участников конкурса, содержащееся в заявках участников по лоту, в рублях.

 Предложения участника конкурса, содержащие ценовое предложение ниже установленной начальной цены за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, не рассматриваются.

1. Итоговый рейтинг предложения участника по всем критериям оценки по соответствующему лоту определяется по следующей формуле:

Рmax = РЦ + Р1 + Р2 + Р3, где

Рmax – итоговый рейтинг критериев оценки;

РЦ – рейтинг критерия оценки ценового предложения, в баллах;

Р1 – рейтинг критерия оценки по размещению социальной рекламы, в баллах.

Баллы за размещение социальной рекламы начисляются исходя из времени предоставления рекламной конструкции для размещения на ней социальной рекламы, предложенного участником конкурса:

- более 50 % времени размещения в год – 20 баллов;

- 40-50 % времени размещения в год – 15 баллов;

- 30-20 % времени размещения в год – 10 баллов;

- менее 5 % времени размещения в год (или) – 5 баллов.

- время размещения не указано – 0 баллов.

Р2 – рейтинг критерия оценки предложения участника по наличию материально- технической базы организации для обеспечения надлежащего внешнего вида и технического состояния рекламной конструкции, в баллах, от 0 до 20 баллов.

Баллы за наличие материально-технической базы организации для обеспечения надлежащего внешнего вида и технического состояния рекламной конструкции, определяются исходя из оценки предложения участника конкурса открытым голосованием простым большинством голосов от числа присутствующих членов комиссии. При равенстве голосов членов комиссии голос председателя комиссии является решающим.

Р3 – рейтинг критерия оценки наилучших предложений технического исполнения рекламной конструкции, в баллах, от 0 до 20 баллов.

Баллы за техническое исполнение рекламной конструкции начисляются за наличие следующих характеристик:

- безопасность рекламной конструкции – от 0 до 5 баллов;

- использование функциональных элементов (внутренняя и наружная подсветка, фонари и др. осветительные приборы, часы и другие элементы городской инфраструктуры) – от 0 до 5 баллов;

- благоустройство территории, предполагаемой для расположения рекламной конструкции, а также удобство эксплуатации (смена информации, замена деталей, осветительных приборов и пр.) – от 0 до 3 баллов;

- уровень художественного исполнения с учетом зонирования городской территории и историко-культурной ценности (центр, периферия) – от 0 до 3 баллов;

- использование праздничной иллюминации и другие предложения по праздничному украшению города – от 0 до 2 баллов

- использование энергосберегающих элементов и инновационных технологий, качественных долговечных материалов – от 0 до 2 баллов.

1. Победителем конкурса признается участник конкурса, который предложил наилучшие условия размещения рекламных конструкций (набравший наибольшее количество баллов) и заявке которого присвоен первый номер.

 При равенстве баллов победителем конкурса признается участник конкурса, заявка которого принята и зарегистрирована ранее.