

Jelenia Góra, dnia 12 stycznia 2015 r.

KARTA OCENY OFERTY
Konkurs na realizację programów profilaktyki chorób
dla mieszkańców Jeleniej Góry w 2015 r.

Numer oferty - 4

Nazwa oferenta: NZOZ „Przychodnia Zabobrze” Jacek Jędruszek, Paweł Adameczyk,
Joanna Żelaśkiewicz, Magdalena Makiela-Wychota, Krzysztof Wychota Spółka cywilna

Nazwa programu: Program zapobiegania czynnikom raka szyjki macicy poprzez
szczepienia przeciw wirusowi HPV

I. OCENA FORMALNA OFERTY

Lp.	Wymagania określone dla oferenta	TAK	NIE
1	Złożona w terminie	X	
2	Sporządzona na formularzu ofertowym	X	
3	Oświadczenie o zapoznaniu się z treścią ogłoszenia	X	
4	Kopia statutu podmiotu leczniczego	X	
5	Zakres zadań zgłoszonych w ofercie jest określony w statucie	X	
6	Kopia wpisu do rejestru prowadzonego przez Wojewodę Dolnośląskiego lub Dolnośląską Izbę Lekarską	X	
7	Kopia wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej,	X	
8	Kopia polisy ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej	X	
9	Kopie dokumentów potwierdzających kwalifikacje zawodowe osób udzielających świadczeń	X	
10	Kopie dokumentów potwierdzone za zgodność z oryginałem	X	

II. OCENA MERYTORYCZNA OFERTY

Lp.	Kryteria oceny	Znaczenie (waga)	Opis metody przyznania punktów
1.	Cena	70%	$C = \frac{\text{Cena najniższa spośród złożonych ofert}}{\text{Cena badanej oferty}} \times 70$ $C = \frac{140,00}{140,00} \times 70$ gdzie: C – ilość punktów przyznana kryterium C = 70 pkt
2.	Zakres działania	10%	Za każdy dodatkowy od podstawowego zakres działania przyznaje się po 10 pkt. 20 pkt
3.	Długość ochrony	10%	Za każdy rok ochrony przyznaje się po 10 pkt. 45 pkt
4.	Kampania informacyjno- edukacyjna	10%	Suma punktów za kampanię edukacyjną w badanej ofercie $E = \dots \times 10$

			Najwyższa suma punktów za kampanię edukacyjną spośród złożonych ofert 6 $E = \frac{\text{---}}{6} \times 10$ gdzie: E – ilość punktów przyznana kryterium Za elementy kampanii edukacyjnej można otrzymać maksymalnie 10 pkt, w tym: - w formie papierowej (np. broszury, ulotki, plakaty itp. – od 0 do 3 pkt, - w formie szkolenia, wykładów, konferencji (dla beneficjentów, rodziców, pracowników służby zdrowia czy JST) – od 0 do 4 pkt, - inne formy – w zależności od atrakcyjności – od 0 do 3 pkt. E = 10 pkt
Suma punktów			145 pkt

Ocena:

Zgodnie z wymogami ogłoszenia konkursowego, oferent zaproponował szczepionkę Silgard 4-walentną, podał producenta oraz zakres działania i długość ochrony oraz najniższą cenę jednostkową oraz większy zakres kampanii informacyjno-edukacyjnej w porównaniu do zgłoszonych przez drugiego oferenta. Oferta otrzymała w sumie 145 punktów.

Podpisy członków komisji:

1. Andrzej Marchowski

2. Karolina Juśkiewicz-Rycyk

3. Gabriela Bajek

.....
Andrzej Marchowski

Karolina Juśkiewicz-Rycyk

Gabriela Bajek

Jelenia Góra, dnia 12 stycznia 2015 r.

KARTA OCENY OFERTY
Konkurs na realizację programów profilaktyki chorób
dla mieszkańców Jeleniej Góry w 2015 r.

Numer oferty - 5

Nazwa oferenta: **Przychodnia Doktor Sp. Z o.o.**

Nazwa programu: **Program zapobiegania czynnikom raka szyjki macicy poprzez szczepienia przeciw wirusowi HPV**

I. OCENA FORMALNA OFERTY

Lp.	Wymagania określone dla oferenta	TAK	NIE
1	Złożona w terminie	X	
2	Sporządzona na formularzu ofertowym	X	
3	Oświadczenie o zapoznaniu się z treścią ogłoszenia	X	
4	Kopia statutu podmiotu leczniczego	X	
5	Zakres zadań zgłoszonych w ofercie jest określony w statucie	X	
6	Kopia wpisu do rejestru prowadzonego przez Wojewodę Dolnośląskiego lub Dolnośląską Izbę Lekarską	X	
7	Kopia wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej,	X	
8	Kopia polisy ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej	X	
9	Kopie dokumentów potwierdzających kwalifikacje zawodowe osób udzielających świadczeń	X	
10	Kopie dokumentów potwierdzone za zgodność z oryginałem	X	

II. OCENA MERYTORYCZNA OFERTY

Lp.	Kryteria oceny	Znaczenie (waga)	Opis metody przyznania punktów
1.	Cena	70%	Cena najniższa spośród złożonych ofert $C = \frac{\text{Cena najniższa spośród złożonych ofert}}{\text{Cena badanej oferty}} \times 70$ 140,00 $C = \frac{140,00}{240,00} \times 70$ gdzie: C – ilość punktów przyznana kryterium C = 58 pkt
2.	Zakres działania	10%	Za każdy dodatkowy od podstawowego zakres działania przyznaje się po 10 pkt. 0 pkt
3.	Długość ochrony	10%	Za każdy rok ochrony przyznaje się po 10 pkt. 0 pkt
4.	Kampania informacyjno-edukacyjna	10%	Suma punktów za kampanię edukacyjną w badanej ofercie $E = \frac{\text{Suma punktów za kampanię edukacyjną w badanej ofercie}}{\text{Najwyższa suma punktów za kampanię}} \times 10$

			edukacyjną spośród złożonych ofert $E = \frac{2}{6} \times 10$ gdzie: E – ilość punktów przyznana kryterium Za elementy kampanii edukacyjnej można otrzymać maksymalnie 10 pkt, w tym: - w formie papierowej (np. broszury, ulotki, plakaty itp. – od 0 do 3 pkt, - w formie szkolenia, wykładów, konferencji (dla beneficjentów, rodziców, pracowników służby zdrowia czy JST) – od 0 do 4 pkt, - inne formy – w zależności od atrakcyjności – od 0 do 3 pkt. E = 3 pkt
Suma punktów			61 pkt

Ocena:

Oferta została złożona zgodnie z wymogami ogłoszenia konkursowego. Oferent zaproponował tylko jedną dawkę szczepionki Silgard, ale nie podał informacji o producencie, zakresie działania i długości ochrony, jak drugi oferent. Zaoferowana cena jednostkowa szczepionki jest najwyższa z pośród złożonych ofert, a kampania informacyjno-edukacyjnej jest proponowana w niewielkim zakresie. Oferta otrzymała w sumie 61 punktów.

Podpisy członków komisji:

1. Andrzej Marchowski *Marchowski*
2. Karolina Juśkiewicz-Rycki *Karolina Juśkiewicz-Rycki*
3. Gabriela Bajek *Bajek*