

EKONOMINIO NAUDINGUMO VERTINIMO METODIKA

Ekonomiškai naudingiausias pasiūlymas nustatomas pagal kainos ir kokybės santykį.

Maksimalus pasiūlymo įvertinimas – **100 balų**:

Vertinimo kriterijus	Maksimalus balų skaičius
C – Kaina	40
T1 – Tiekėjo pardavimo infrastruktūra, auditorijos pasiekiamumas ir pardavimų skatinimo priemonės	35
T2 – Pardavimo sistemos integracija su Perkančiosios organizacijos interneto svetaine	15
T3 – Reagavimo į skubų techninį sutrikimą laikas renginio metu	10
Iš viso	100

Galutinis pasiūlymo balas apskaičiuojamas:

$$S = C + T1 + T2 + T3$$

Didžiausią S reikšmę gavęs pasiūlymas laikomas ekonomiškai naudingiausiu.

1. Kainos kriterijus C – 40 balų

Pasiūlymo palyginamoji vertė **P** apskaičiuojama pagal formulę:

$$P = (14 \times 90\,000 \times C1 / 100) + (90\,000 \times C2) + (5\,000 \times C3) + (1\,900 \times C4) + (6 \times C5)$$

kur:

C1 – bilietų platinimo komisinis mokestis PO, proc.;

C2 – bilieto pirkėjui taikomas platinimo / aptarnavimo mokestis, Eur už bilietą;

C3 – kvietimo platinimo / administravimo įkainis, Eur už kvietimą;

C4 – bilieto grąžinimo administravimo įkainis, Eur už grąžinimą;

C5 – mobiliosios kasos nuomos ir aptarnavimo įkainis, Eur už vieną atvejį.

Atskirų kainos elementų C1–C5 reikšmės gali būti lygios 0, jeigu už atitinkamą paslaugą mokestis netaikomas, tačiau pagal pirmiau nurodytą formulę apskaičiuota pasiūlymo palyginamoji vertė P turi būti didesnė už 0 Eur. Neigiamos C1–C5 reikšmės negalimos.

Kainos kriterijaus balai apskaičiuojami:

$$C = (P_{\min} / P_p) \times 40$$

kur:

$P_{\min}$ – mažiausia neatmestų pasiūlymų palyginamoji vertė P;

P_p – vertinamo pasiūlymo palyginamoji vertė P.

Kainos kriterijaus balai apvalinami iki dviejų skaitmenų po kablelio.

2. Kokybės kriterijai – 60 balų

Minimalus kokybės dalies pereinamasis balas – 1 balas iš 60 galimų balų. Pasiūlymas pagal kokybės kriterijus T1, T2 ir T3 bendrai turi surinkti ne mažiau kaip 1 balą. Pasiūlymas, pagal kokybės kriterijus T1, T2 ir T3 bendrai surinkęs mažiau kaip 1 balą, atmetamas ir jo finansinė pasiūlymo dalis neatverinama ir nevertinama.

Kokybės balai skiriami už pagal šią metodiką vertinamus Tiekėjo pateiktus duomenis ir papildomus Tiekėjo prisiimamus įsipareigojimus.

T1.1–T1.5 kriterijuose vertinami Tiekėjo pasiūlymo pateikimo metu egzistuojantys ir objektyviais duomenimis pagrindžiami rodikliai. Šie rodikliai naudojami pasiūlymų ekonominiam naudingumui įvertinti ir savaime nelaikomi savarankiškais Sutarties vykdymo įsipareigojimais, išskyrus T1.3 kriterijuje nurodytus ir ekonominio naudingumo vertinimo metu įvertintus internetinius bilietų pardavimo kanalus, kurie laimėjimo atveju tampa Sutarties vykdymo įsipareigojimu.

T1.1–T1.5 kriterijams Tiekėjo pasiūlyti duomenys turi būti teisingi ir atitikti faktinę Tiekėjo padėtį pasiūlymo pateikimo metu. Nustačius, kad pasiūlyme nurodyti T1.1–T1.5 duomenys pasiūlymo pateikimo metu neatitiko faktinės padėties arba buvo pateikti neteisingi duomenys, tai gali būti vertinama kaip neteisingos informacijos pateikimas ir nagrinėjama Pirkimo dokumentuose nustatyta tvarka.

2.1. T1 – renginių viešinimo, tikslinės auditorijos pasiekimo ir pardavimų skatinimo priemonės – 35 balai

T1 kriterijumi vertinami Tiekėjo pateikti T1.1–T1.5 kriterijų duomenys ir T1.6 kriterijuje siūlomi papildomi, Techninėje specifikacijoje nustatytus minimalius reikalavimus viršijantys įsipareigojimai, skirti PO renginių matomumui, auditorijos pasiekiamumui ir bilietų pardavimams skatinti.

T1.3 kriterijaus tikslais vienu internetiniu bilietų pardavimo kanalu laikomas atskiras Tiekėjo tiesiogiai valdomas arba per subtieklą prieinamas internetinis pardavimo kanalas, kuriame galutinis pirkėjas gali savarankiškai pasirinkti renginį, vietą ir įsigyti bilietą, nenukreipiamas į pagrindinį Tiekėjo bilietų platinimo puslapį. Tas pats kanalas, pateiktas keliomis interneto nuorodomis, skirtingais domenais ar subdomenais, interneto svetainės skyriais, techniniais sprendimais ar skirtingais prieigos būdais, jeigu tai yra ta pati bilietų pardavimo aplinka ar to paties pardavimo kanalo variantas, skaičiuojamas vieną kartą.

T1.4 kriterijaus tikslais skaičiuojamos tik Tiekėjo teisėtai administruojamos ir viešai prieinamos „Facebook“, „Instagram“ ir „TikTok“ paskyros. Ta pati paskyra skaičiuojama vieną kartą.

T1.5 kriterijaus tikslais 2025 m. vidutinis mėnesio unikalių naudotojų skaičius nustatomas kaip 12 mėnesių rodiklių aritmetinis vidurkis pagal Tiekėjo nurodytą analitikos sistemą. PO prašymu Tiekėjas pateikia objektyvius duomenis, leidžiančius patikrinti nurodytą rodiklį ir jo apskaičiavimą.

T1.6 kriterijaus taikymo tikslais „per kiekvieną 12 mėnesių Sutarties vykdymo laikotarpį“ reiškia kiekvieną 12 mėnesių Sutarties vykdymo laikotarpį, skaičiuojamą nuo Sutarties įsigaliojimo dienos.

Papildomas Tiekėjo įsipareigojimas	Balai
T1.1. Fizinį bilietų pardavimo vietų (kasų) Lietuvoje skaičius. Tiekėjas pasiūlyme nurodo aktyvių fizinių bilietų pardavimo vietų Lietuvoje skaičių ir pateikia jų sąrašą su adresais. Vertinamos tik vietos, kuriose pirkėjai gali įsigyti Perkančiosios organizacijos bilietus.	Iki 10 vietų – 0 balų; 11–30 – 2 balas; 31–45 – 4 balai; 46 ir daugiau – 6 balai.
T1.2. Bilietų platinimo prieinamumas Baltijos šalyse. Tiekėjas pasiūlyme nurodo Latvijos ir Estijos rinkose naudojamus internetinius bilietų platinimo kanalus. Vertinama, ar šiuose kanaluose gali būti pateikiami ir parduodami Perkančiosios organizacijos renginių bilietai.	Tik Lietuva – 0 balų; Lietuva ir viena iš Baltijos valstybių – 2 balai; Lietuva, Latvija ir Estija – 6 balai.
T1.3. Savarankiškų internetinių bilietų pardavimo kanalų skaičius. Vertinamas Tiekėjo valdomų savarankiškų internetinių bilietų pardavimo kanalų, išskyrus pagrindinį Tiekėjo bilietų platinimo puslapį, skaičius, kai per atitinkamą kanalą pirkėjas gali savarankiškai pasirinkti renginį, bilietą ir	1 kanalas – 2 balai; 2 kanalai – 4 balai; 3 ir daugiau – 6 balai.

Papildomas Tiekėjo įsipareigojimas	Balai
atlikti bilieta pirkimą, nenukreipiamas į pagrindinį Tiekėjo bilietų platinimo puslapį. Vertinamos tik savarankiškos bilietų pardavimo aplinkos. Tas pats internetinis bilietų pardavimo kanalas, pateiktas keliomis interneto nuorodomis, per kelis domenų ar subdomenų arba naudojant kelis techninius sprendimus, skaičiuojamas kaip vienas kanalas, jeigu šios nuorodos, domenai, subdomenai ar techniniai sprendimai yra tos pačios bilietų pardavimo aplinkos arba to paties kanalo variantai. Skirtingas domenas ar subdomenas savaime nelaikomas atskiru kanalu. Tiekėjo pasiūlyme nurodyti ir įvertinti kanalai, kurių pagrindu skiriami balai, laimėjimo atveju tampa Sutarties vykdymo įsipareigojimu.	
T1.4. Socialinių tinklų sekėjų skaičius. Vertinamas bendras Tiekėjo valdomų „Facebook“, „Instagram“ ir „TikTok“ paskyrų sekėjų skaičius pasiūlymo pateikimo dieną. Tiekėjas nurodo paskyrų pavadinimus, nuorodas ir sekėjų skaičių kiekvienoje platformoje. Skaičiuojamos tik Tiekėjo teisėtai administruojamos ir viešai prieinamos paskyros; ta pati paskyra skaičiuojama vieną kartą.	Iki 50 000 – 0 balų; 50 001–100 000 – 1 balas; 100 001–200 000 – 2 balai; 200 001–300 000 – 3 balai; 300 001–500 000 – 4 balai; Daugiau kaip 500 000 – 6 balai.
T1.5. Vidutinis mėnesio unikalių naudotojų skaičius Tiekėjo valdomoje pagrindinėje svetainėje už 2025 kalendorinius metus. Tiekėjas nurodo 2025 m. vidutinį mėnesio unikalių naudotojų (users) skaičių ir naudotą interneto analitikos sistemą. PO pareikalavus pateikiami objektyvūs duomenys, pagrindžiantys nurodytą rodiklį. Tiekėjas nurodo vieną pagrindinę savo valdomą svetainę, pagal kurią skaičiuojamas šis rodiklis. 2025 m. vidutinis mėnesio unikalių naudotojų skaičius nustatomas kaip 12 mėnesių rodiklių aritmetinis vidurkis pagal Tiekėjo nurodytą analitikos sistemą. PO prašymu pateikiami objektyvūs rodiklį pagrindžiantys duomenys.	Iki 300 000 – 0 balų; 300 001–450 000 – 1 balas; 450 001–550 000 – 2 balai; 550 001–650 000 – 3 balai; 650 001–750 000 – 4 balai; Daugiau kaip 750 000 – 6 balai.
T1.6. Tikslinės auditorijos pasiekimo ir pardavimų skatinimo kampanijos Techninės specifikacijos 5.3 punkte nustatytas minimalus reikalavimas – ne mažiau kaip 4 tikslinės auditorijos pasiekimo ir bilietų pardavimų skatinimo kampanijos per kiekvieną 12 mėnesių Sutarties vykdymo laikotarpį. T1.6 kriterijumi vertinamas bendras Tiekėjo įsipareigotas kampanijų skaičius; 4–5 kampanijų intervalui skiriama 0 balų, o didesniai įsipareigotam kampanijų skaičiui skiriami atitinkami papildomi balai. „Tikslinės auditorijos kampanija“ suprantama taip, kaip apibrėžta Techninės specifikacijos 5.3 punkte. Tas pats komunikacijos veiksmas, net jei paskelbtas keliuose platformose, nelaikomas keliomis kampanijomis vien dėl skirtingų paskelbimo kanalų.	4–5 kampanijos – 0 balų; 6–7 – 1 balas; 8–9 – 2 balai; 10–11 – 3 balai; 12–14 – 4 balai; 15 ir daugiau – 5 balai. Pasiūlius daugiau kaip 15 tikslinės auditorijos kampanijų per kiekvieną 12 mėnesių Sutarties vykdymo laikotarpį, papildomi balai neskiriami.

Tiekėjas PO prašymu privalo pateikti T1.1–T1.5 kriterijuose nurodytų duomenų pagrindimą ir T1.6 kriterijuje pasiūlytų įsipareigojimų įvykdymą pagrindžiančius objektyvius duomenis ir (ar) dokumentus. T1.1–T1.5 kriterijų duomenys turi būti pagrindžiami pasiūlymo pateikimo metu arba PO prašymu

pateikiami vertinimo metu. T1.6 kriterijaus įsipareigojimų vykdymo įrodymai turi būti saugomi visą atitinkamą 12 mėnesių Sutarties vykdymo laikotarpį ir pateikiami PO per jos nurodytą protingą terminą.

$$T1 = T1.1 + T1.2 + T1.3 + T1.4 + T1.5 + T1.6$$

2.2. T2 – Pardavimo sistemos integracija su Perkančiosios organizacijos interneto svetaine – 15 balų

Vertinama, ar Tiekėjas siūlo papildomą, Techninėje specifikacijoje nenustatytą pardavimo sistemos integraciją su Perkančiosios organizacijos interneto svetaine.

15 balų skiriama, jeigu Tiekėjas įsipareigoja be papildomo mokesčio Perkančiajai organizacijai integruoti bilietų pardavimo sistemą su Perkančiosios organizacijos interneto svetaine taip, kad visas bilietų pirkimo procesas, įskaitant renginio pasirinkimą, vietos ir bilieto tipo pasirinkimą, pirkėjo duomenų pateikimą, apmokėjimą ir pirkimo patvirtinimą, vyktų Perkančiosios organizacijos interneto svetainėje, nenukreipiant pirkėjo į Tiekėjo svetainę ar kitą bilietų pardavimo domeną. Techniniai mokėjimo paslaugų teikėjo autentifikavimo ar kiti privalomi saugūs mokėjimo veiksmai, atliekami atskiroje mokėjimo paslaugų teikėjo aplinkoje, nelaikomi nukreipimu į Tiekėjo bilietų pardavimo svetainę.

0 balų skiriama, jeigu Tiekėjas tokio papildomo įsipareigojimo neprisiima.

Tarpiniai balai neskiriami.

Tiekėjo pasiūlyme nurodoma:

☐ TAIP – įsipareigojame įgyvendinti T2 kriterijuje nustatytą papildomą bilietų pardavimo sistemos integraciją su Perkančiosios organizacijos interneto svetaine taip, kad visas bilietų pirkimo procesas, įskaitant apmokėjimą, vyktų Perkančiosios organizacijos interneto svetainėje – 15 balų.

☐ NE – T2 kriterijuje nustatyto papildomo įsipareigojimo neprisiimame – 0 balų.

2.3. T3 – reagavimo į skubų techninį sutrikimą laikas – 10 balų

Vertinamas Tiekėjo siūlomas maksimalus reagavimo į Techninės specifikacijos 3.6 punkte nurodytą skubų techninį sutrikimą laikas. Techninėje specifikacijoje nustatytas privalomas maksimalus reagavimo laikas – **30 minučių**. Papildomi balai skiriami už Tiekėjo įsipareigojimą užtikrinti trumpesnę reagavimo laiką.

Tiekėjo siūlomas maksimalus reagavimo laikas	Balai
30 minučių (Techninės specifikacijos minimumas)	0
Ne ilgiau kaip 20 minučių	5
Ne ilgiau kaip 15 minučių	10

Tiekėjas pasiūlyme pasirenka **vieną** reagavimo laiką. Balai nesumuojami.

Tiekėjo pasiūlyme nurodoma:

☐ **30 minučių** – 0 balų

☐ **ne ilgiau kaip 20 minučių** – 5 balai

☐ **ne ilgiau kaip 15 minučių** – 10 balų

Reagavimo laikas skaičiuojamas nuo pranešimo apie skubų techninį sutrikimą gavimo momento iki faktinės Tiekėjo veiksmų, skirtų sutrikimui diagnozuoti ir (ar) šalinti, pradžios.

Tiekėjo pasiūlytas trumpesnis reagavimo laikas, už kurį pagal T3 kriterijų skiriami balai, taikomas vietoje Techninės specifikacijos 3.6 punkte nustatyto 30 minučių reagavimo termino.