

Приложение № 5
к Положению о Конкурсе
«Высокий Петербургский стиль»
– профессионализм и качество
в индустрии красоты и здоровья»

**Критерии и Методика оценки конкурсных продуктов:
продукции (товара), работ, проектов, услуг**

Общие положения

1. Данные критерии и настоящая Методика разработаны для оценки конкурсных продуктов номинаций – продукции (товара), работ, проектов, услуг в соответствии с ч. 6 Положения о Конкурсе.

Настоящая Методика основана на методе балльной оценки с экспертным учётом всех анализируемых критериев (показателей).

2. При оценке конкурсных заявок Экспертный совет (жюри) Конкурса учитывает следующие критерии оценки:

- а) наличие и эффективность системы повышения престижа (репутации) конкурсантов и/или конкурсного продукта;*
- б) наличие и эффективность системы по развитию и укреплению экономических связей с участниками потребительского рынка;*
- в) наличие и эффективность системы мониторинга качества и конкурентоспособности конкурсного продукта;*
- г) наличие и эффективность системы внедрения современных технологий менеджмента качества;*
- д) уровень соответствия конкурсного продукта национальным и международным стандартам качества и (техническим регламентам) по обеспечению его безопасности;*
- е) наличие и эффективность системы информирования граждан и потребителей о качестве конкурсного продукта;*
- ж) уровень соотносимости с государственной политикой развития социально-экономической сферы;*
- з) социальная значимость конкурсантов и результатов их деятельности (товаров, работ, услуг и проектов);*
- и) экологическая безопасность продукции (товаров, работ, услуг и проектов) конкурсантов и результатов их деятельности.*

3. Итоговое значение каждого критерия конкурсного продукта получает оценку в баллах, при этом 10% равняются 1 баллу.

4. Для каждого критерия определён «коэффициент значимости», отражающий социальную значимость данного критерия оценки конкурсного продукта:

Критерии оценки конкурсного продукта	Единицы измерения (в %)				Итого: (в баллах)	
	1	2	3	4		5
	Самооценка Конкурсанта (в %)	Экспертная оценка (в %)	Общая оценка (\pm в %)*	Коэффициент значимости (в %)**		
а) - наличие и эффективность системы повышения престижа (репутации)				0,5		
б) - наличие и эффективность системы по развитию и укреплению экономических связей с участниками потребительского рынка				0,2		
в) – наличие и эффективность системы мониторинга качества и конкурентоспособности				0,4		
г) – наличие и эффективность системы внедрения современных технологий менеджмента качества				0,3		
д) – уровень соответствия национальным и международным стандартам качества (техническим регламентам) по обеспечению его безопасности				0,7		
е) – наличие и эффективность системы информирования граждан и потребителей о качестве				0,4		
ж) - уровень соотносимости с государственной политикой развития социально-экономической сферы				0,3		
з) - социальная значимость конкурсантов и результатов их деятельности (товаров, работ, услуг и проектов)				0,3		
и) - экологическая безопасность продукции (товаров, работ, услуг и проектов) конкурсантов и результатов их деятельности.				0,4		
Всего по сумме критериев						

5. Суммарная оценка конкурсного продукта «с- конкурсанта» определяется по формуле:

$$B_{sx} \sum = B_s^{xa} + B_s^{xb} + B_s^{xb} + B_s^{xg} + B_s^{xl} + B_s^{xe} + B_s^{xj} + B_s^{x3} + B_s^{xi} + B_s^{xk}$$

где B_{sx} – балльная оценка анализируемого «х-критерия» «с-конкурсанта»;

«х-критерий» - анализируемый критерий оценки конкурсного продукта;

«с-конкурсант» - субъект конкурсных номинаций;

{... б ... в... ... к... } название анализируемого критерия.

Оценка отдельного критерия «с-конкурсанта» определяется по формуле:

$$B_{sx} \dots = 2^k \setminus 3^k \setminus 4^k \setminus 5^k + 4^k : 10^{****}$$

где « k » – данные соответствующей колонки;

« \setminus » - сумма разницы данных в колонках 2 и 3*;

« $k\Phi$ » – «коэффициент значимости» анализируемого критерия.

Критерии оценки конкурсного продукта	Единицы измерения (в %)				Итого: (в баллах)
	2	3	4	5	
	Самооценка Конкурсанта (в %)	Экспертная оценка (в %)	Общая оценка* (±в %)	Коэффициент значимости**	
а) - наличие и эффективность системы повышения престижа (репутации) конкурсанта и/или конкурсного продукта	30	70	+ 40	0,5	+ 6
.....					
е) – наличие и эффективность системы информирования граждан и потребителей о качестве конкурсного продукта	100	50	- 50	0,4	- 3
.....					
з) - социальная значимость конкурсанта и результатов их деятельности (товаров, работ, услуг и проектов)	80	80	+ 100	0,3	+ 13
Всего по сумме критериев					+ 16

6. По вышеуказанным формулам оцениваются конкурсные продукты всех конкурсантов. Победителем признается конкурсант, получивший положительную (плюсовую) балльную оценку по сумме оценки всех критериев.