

Útboð nr. 15697 - Prentþjónusta fyrir Reykjavíkurborg

Undirmatsþáttur A – Innleiðing (vægi 15%): Með tilboði skal bjóðandi leggja fram ítarlega, áfangaskipta verkáætlun þar sem hann tilgreinir hvernig hann leggur til að taka við rekstri prentþjónustunnar í samstarfi við kaupanda. Fyrir hvern áfanga skal m.a. gera grein fyrir:

- hvernig bjóðandi fyrirhugar að meta umfang og gæði prentþjónustunnar
- hvernig bjóðandi fyrirhugar að innleiða þjónustuna á starfsstöðvum kaupand þ.e helstu verkþáttum, hvaða verkefni verða yfirtekin í hverjum áfanga, þ.e. hverju verkþátturinn á að skila, tímalengd hvers verkþáttar, nauðsynlegum undanförum og hvenær þættinum er lokið,
- ábyrgð kaupanda og verktaka á einstaka verkþáttum,
- vinnuframlagi sem krafist verður af hálfu kaupanda á hverju stigi,
- fimm mikilvægust áhættuþáttum við afhendingu þjónustunnar og lýsa því jafnframt til hvaða mótvægisáðgerða er gripið til þess að minnka áhættuna af þessum þáttum,
- framtíðarsýn bjóðanda varðandi þróun reksturs og búnaðar (e. *Roadmap*)

Matshópur mun meta heildayfirbragð og trúverðugleika verkáætlunarinnar hvað varðar mönnun, tímasetningar, verkaskiptingu milli aðila og framtíðarsýn bjóðanda.

Vægi þessa undirmatsþáttar er 15%, þ.e. hámarksfjöldi punkta er 15 punktar.

Undirmatsþáttur B – Umbætur (vægi 15%): Bjóðandi skal lýsa því, hvernig hann sér prentþjónustuna þróast á samningstíma og hvaða umbætur hann leggur til á innviðum þjónustunnar og umhverfi hennar til þess að auka skilvirkni, einfalda rekstur, auka hagkvæmni og lækka rekstrarkostnað á samningstíma. Í þeirri lýsingu skal m.a. fjalla um:

- umbætur á búnaði, þjónustu og verklagi sem bjóðandi telur að gætu gagnast kaupanda
- nýjungar og þróun í umhverfismálum sem falla að stefnu kaupanda varðandi vistvæna þætti prentþjónustunnar og umhverfi hennar,
- hvernig auka má öryggi gagna og notenda í nýju prentumhverfi,

Matshópurinn mun leggja mat á það hvernig tillögur bjóðanda styðja umbótastarf hjá kaupanda hvað varðar vistvæna þætti, öryggi, og hagræðingu verkefnisins til lengri tíma litið, þó innan samningstímans.

Vægi þessa undirmatsþáttar er 15%, þ.e. hámarksfjöldi punkta er 15 punktar.

Undirmatsþáttur C – Samskipti (vægi 20%): Bjóðandi skal lýsa því hvernig hann hyggst auka ánægju og upplifun notenda af prentþjónustunna og hvernig bjóðandi fyrirhugar að hafa:

- fyrirkomulag og frumkvæði að samskiptum við og miðlun upplýsinga um þjónustuna til stjórnenda kaupanda.
- hvernig bjóðandi hyggst kynna sig og rekstur sinn í upphafi samnings og á samningstíma,
- hvernig bjóðandi fyrirhugar að kenna og leiðbeina notendum á nýjan búnað og umhverfi
- hvernig ánægja notenda og stjórnenda verður reglulega mæld og metin á samningstíma og
- hvernig úrbotum verður háttað með hliðsjón af niðurstöðum matsins.

Matshópurinn mun leggja mat á það hvernig tillögur bjóðanda stuðla að nákvæmum, snurðulausum og faglegum samskiptum milli kaupanda og verktaka.

Vægi þessa undirmatsþáttar 20%, þ.e. hámarkfjöldi punkta er 20 punktar.

Auk ofangreinds texta fyrir undirmatsþættina skal bjóðandi hafa hliðsjón af öðrum texta útboðslýsingar og jafnframt leita í eigin ranni hugmynda að hverju því sem hann telur að gagnist kaupanda hvað þessa þrjá undirmatsþætti varðar.