ДЕПАРТАМЕНТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И РЕКЛАМЫ ГОРОДА МОСКВЫ

ЛУЧШИЙ КНИЖНЫЙ МАГАЗИН МОСКВЫ

ПОЛОЖЕНИЕ
о конкурсе «Лучший книжный магазин Москвы»

1. Общие положения

Настоящее Положение определяет порядок организации конкурса «Лучший книжный магазин Москвы» (далее – Конкурс).

2. Цели Конкурса

- Популяризация книги и чтения;
- Продвижение продукции книгоиздания на рынке потребительских услуг;
- Совершенствование качества торгового обслуживания населения, развитие цивилизованного потребительского рынка;
- Внедрение современных форм и методов книжной торговли;
- Повышение престижа работников книготорговой отрасли.

3. Задачи Конкурса

- Повышение уровня книжной торговли;
- Выявление и поддержка лучших книготорговых предприятий;
- Популяризация новаторских форм работы книготорговых компаний;
- Обмен профессиональным опытом;
- Выявление лучших специалистов книготорговой сферы.

4. Организация и проведение Конкурса

4.1. Подготовку и проведение Конкурса осуществляет рабочая группа, состоящая не менее чем из 4-х человек;

4.2. Рабочая группа несет ответственность за организацию и проведение Конкурса, его делопроизводство и архив;

4.3. Рабочая группа:

- Назначает сроки проведения Конкурсных мероприятий;
- Определяет этапы проведения и категории участников Конкурса;
- Оповещает книготорговые предприятия об условиях Конкурса, рассылает необходимые для участия в Конкурсе информационные материалы;

- Консультирует участников Конкурса по вопросам подготовки заявок и предоставления материалов;
- Принимает заявки на участие в Конкурсе;
- Создает комиссию для экспертизы присланных на Конкурс заявок;
- Определяет критерии оценки заявок участников Конкурса;
- Проводит церемонию награждения победителей Конкурса.

5. Условия Конкурса

5.1. В Конкурсе могут принимать участие коллективы предприятий розничной торговли (в том числе электронной) всех форм собственности, реализующие книжную продукцию на рынке Москвы не менее 6 месяцев и обладающие следующими признаками:

- магазин является стационарным торговым предприятием или постоянно действующей электронной торговой площадкой;
- магазин имеет обособленное помещение площадью не менее 10 кв.м. (для электронных магазинов – специализированный раздел сайта);
- не менее 50% общей площади торгового зала магазина занято книгами (для электронных магазинов – доля книг в структуре общего товарооборота - не менее 50%);
- в структуре оформления магазин имеет опознавательные знаки, относящие его к предприятиям книжной торговли;
- магазин осуществляет торговлю книгами в розницу.

5.2. Для участия в Конкурсе необходимо подать заявку в адрес рабочей группы в электронном или печатном виде.

5.3. Победители Конкурса определяются в 3-х номинациях:

- **«Лучший книжный магазин Москвы общего профиля»**
- **«Лучший специализированный книжный магазин Москвы»** (в том числе магазины-клубы, тематические магазины, интернет-магазины и пр.)
- **«Лучший специалист книжной торговли»**

5.4. В номинациях «Лучший книжный магазин общего профиля» и «Лучший специализированный книжный магазин Москвы» книготорговые предприятия соревнуются **в трех группах**:

- Книжные магазины с годовым товарооборотом **более 50 млн. руб.**
- Книжные магазины с годовым товарооборотом **от 10 до 50 млн. руб.**

- Книжные магазины с годовым товарооборотом **до 10 млн. руб.**

5.5. В номинации «Лучший специалист книжной торговли» победители определяются по трем конкурсным группам:

- **«Лучший руководитель»** (управляющие и заведующие магазинами и их заместители, руководители высшего звена).

- **«Лучший специалист»** (бренд-менеджеры, менеджеры по закупкам, PR-специалисты, специалисты по информационным технологиям, товароведы и т.д.).

- **«Лучший продавец»** (продавцы, продавцы-кассиры, кассиры).

5.6. Участие в Конкурсе рассматривается организаторами Конкурса как разрешение, которое дает конкурсант на распространение информации о представленных на Конкурс сведениях в средствах массовой информации.

6. Этапы Конкурса

6.1. Определение победителей в основных номинациях Конкурса проводится в 2 этапа:

6.1.1. **1 этап – «Конкурсные заявки».** Этап включает в себя сбор конкурсных анкет-заявок участников и их первоначальный анализ.

6.1.2. **2 этап – «Контроль качества».** Данный этап проводится с использованием методов социологических исследований:

- в номинациях «Лучший книжный магазин общего профиля» и «Лучший специализированный книжный магазин»:

  - опрос покупателей на выходе из магазина (Exit Poll) на основе специально разработанной анкеты. Для электронных (интернет) магазинов - оценка работы магазина по методикам «Desk Research» и «Контрольная закупка»;

- в номинации «Лучший специалист книжной торговли» - оценка работы кандидата по методу включенного наблюдения на основе специально разработанного опросного листа.

- в специальной номинации (при ее наличии) победитель определяется конкурсной комиссией на основании предоставленного в заявке материала и по результатам конкурсных мероприятий.

7. Итоги Конкурса. Награды победителям

7.1. Итоги Конкурса подводит конкурсная комиссия, состав которой утверждается Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы.

7.2. Заседание конкурсной комиссии считается легитимным в случае присутствия не менее 2/3 членов от списочного состава конкурсной комиссии.

7.3. Итоги Конкурса в основных номинациях определяются по результатам 2 этапов.

7.4. Решения конкурсной комиссии принимаются простым большинством от числа присутствующих.

7.5. Решение конкурсной комиссии является окончательным и не подлежит изменению.

7.6. По решению конкурсной комиссии три победителя из номинаций: «Лучший книжный магазин Москвы общего профиля» и «Лучший специализированный книжный магазин Москвы» получат памятные подарки (мультимедийные комплекты, состоящие из ноутбука, проектора и экрана для проектора).