

Основні рекомендації замовника та учасникам для досягнення успіху в допорогових закупівлях

У попередньому випуску журналу «Радник в сфері державних закупівель» [№ 6 (57) за червень 2016 року] на стор. 23–27 уже було розглянуто реалії проведення допорогових закупівель, основні кроки та етапи їх проведення. У даній статті буде висвітлено основні рекомендації для успішного проведення закупівель та участі в них.

Нагадаємо, що впровадження [системи електронних закупівель ProZorro](#) почалося ще влітку 2014 року. Спочатку було прийнято рішення про впровадження допорогових закупівель як пілотного проекту. А потім 12 лютого 2015 року відбулася офіційна презентація [ProZorro](#). Саме із цього часу замовники почали проводити допорогові закупівлі, а учасники — брати в них участь.

Отже, із часу впровадження [ProZorro](#) як пілотного проекту минуло вже майже півтора року. За цей час зареєстровано майже 5,76 тис. організаторів (замовників), які провели майже 114,33 тис. тендерів, на участь подано майже 2,78 тис. пропозицій. Фактично можна відзначити, що більша частина замовників, які почали проводити закупівлі, і учасників, які почали брати участь в електронних закупівлях, уже набула певного досвіду. Розуміємо, що не завжди цей досвід є позитивним, але ж сказав Вінстон Черчилль: «Успіх — це здатність йти від поразки до поразки, не втрачаючи оптимізму!»

Наша редакція почала брати участь у допорогових закупівлях із жовтня 2015 року, ми, звісно, також уже маємо як позитивний, так і негативний досвід участі в них. За цей період ми пройшли і оскарження, і не завжди нам вдавалося виграти, була також дискваліфікація (відхилення) наших пропозицій. І також нас було визнано переможцями. Тож отримавши певний досвід проведення та участі в допорогових закупівлях, хочемо з вами, шановні читачі, поділитися ним, надати основні рекомендації для досягнення успіху в допорогових закупівлях.

До кого звернутись по ефективні та актуальні поради? Звичайно, до ідеологів реформи прозорих закупівель. [Редакція журналу «Радник в сфері державних закупівель»](#) за допомоги координатора [ProZorro](#), проектного менеджера реформи держзакупівель при Національній раді реформ Кристини Гуцалової, сформувала для вас, наші шановні читачі, основні рекомендації для замовників та учасників допорогових електронних закупівель. Цікаво? Тож читайте далі!

Основні рекомендації для замовників

Призначаємо відповідальну особу для роботи в системі електронних закупівель.

Більшість замовників дотримується хибної думки з приводу того, що окремо призначати відповідальну особу для проведення допорогових закупівель не потрібно, а можна додатково надати повноваження тендерному комітетові для проведення допорогових закупівель.

По-перше, звертаємо увагу, що, згідно з частиною 1 статті 11 Закону України «Про публічні закупівлі» (далі — Закон), **для організації та проведення процедур закупівель** замовник створює тендерний комітет (комітети) або визначає уповноважену особу (осіб). **А допорогові торги не визначені в Законі як процедура закупівлі (тендер)**. Виходячи з нашого досвіду, рекомендуємо все ж призначити для проведення допорогових закупівель окремо відповідальну особу (осіб). Тим паче тоді, коли заплановано проведення великої кількості закупівель. Оскільки це лише на перший погляд здається, що роботи не так уже й багато. Але коли починаєш проводити допорогові електронні закупівлі, то виявляється, що є певний об'єм роботи для відповідальної особи: оголосити закупівлю, надати відповіді на питання учасників, розглянути пропозиції, укласти договір. І все це потрібно зробити в доволі стислий строк.

Установлюємо та визначаємо порядок придбання предметів закупівлі через систему ProZorro,

зважаючи на положення наказу ДП «Зовнішторгвидав України» від 13.03.2016 № 35 «Про затвердження порядку здійснення допорогових закупівель» та відповідні розпорядчі рішення головних розпорядників коштів (у разі їх наявності).

У даному порядку для прикладу можна встановити вартісні пороги, з яких заплановано проведення допорогових електронних торгів, певні строки проведення допорогової закупівлі, можливість укладення прямого договору, якщо не відбулася допорогова процедура, порядок проведення термінових закупівель, встановлення строку кваліфікації пропозицій учасників, адже його нормативно не закріплено, та інші нюанси.

Проводимо моніторинг ринку, щоб точніше визначити очікувану ціну закупівлі.

Одним з основних «помічників» для проведення неефективних закупівель є всім відомий та, на жаль, закоренілий у свідомості багатьох замовників метод суцільного копіювання вимог «Ctrl C – Ctrl V». Замовники копіюють одну і ту ж інформацію із року в рік, не зважаючи на зміни на відповідному ринку. До того ж, часто замовники використовують

для проведення допорогових закупівель документацію відкритих торгів, із їх численними кваліфікаційними вимогами. Результат — нуль пропозицій від учасників та безкінечне оголошення процедур закупівель.

Занадто висока або низька ціна може відштовхнути потенційних постачальників. Тим паче, що учасник не зможе подати пропозицію, ціна якої перевищує бюджет, зазначений в оголошенні. Отже, якщо ви навіть дублюєте певну інформацію щодо проведення закупівлі, то радимо перевірити її актуальність на момент оголошення процедури.

Аналізуємо попередні торги.

Принцип «подивитись, як у людей» працює і в електронних закупівлях. На майданчиках або на веб-порталі Уповноваженого органу prozorro.gov.ua можна знайти вже проведені закупівлі.

Звичайно, не потрібно бездумно копіювати всю інформацію стосовно процедур, які вже проведено щодо аналогічних предметів закупівлі колегами. Ви маєте можливість переглянути, як відбувались торги, якою була орієнтовна ціна, як оформлено документи, дійти певних висновків та сформулювати вимоги стосовно своєї процедури закупівлі.

Установлюємо реальні строки поставки.

Досвідчені учасники, що неодноразово брали участь у закупівлях, звертають увагу на поширену проблему — зазначення замовниками неактуальних строків поставки.

Занадто стислі строки можуть призвести або ж до тієї ситуації, коли учасники не подадуть жодної пропозиції, або ж товар буде поставлено з порушенням строків, зазначених замовником. Тому радимо зважати на специфіку вашого предмета закупівлі, щоб ви отримали необхідне і щоб учасники були задоволені співпрацею з вами та мали бажання брати участь у ваших закупівлях і в подальшому м строків, зазначених замовником.

Тому радимо зважати на специфіку вашого предмета закупівлі, щоб ви отримали необхідне і щоб учасники були задоволені співпрацею з вами та мали бажання брати участь у ваших закупівлях і в подальшому.

Якщо вказано конкретну марку — прописуємо еквівалент. Не обмежуємо конкуренцію.

У пункті 6.4 наказу ДП «Зовнішторгвидав України» від 13.04.2016 № 35 (далі — Наказ № 35) зазначено, що у вимогах до предмета закупівлі, що містять посилання на певну торговельну марку (знак для товарів і послуг) або виробника, замовник може вказати, які аналоги та/або еквіваленти прийматимуть у пропозиціях учасників.

До того ж звертаємо вашу увагу, що замовники відповідно до абзацу 4 частини 1 статті 2

Закону про публічні закупівлі під час здійснення закупівлі товарів, робіт і послуг, вартість яких є меншою за вартість, що встановлена в абзацах другому і третьому цієї частини, **повинні дотримуватися принципів здійснення публічних закупівель**, установлених цим Законом, та можуть використовувати електронну систему закупівель з метою відбору постачальника товару (товарів), надавача послуги (послуг) та виконавця робіт для укладення договору.

Одним з принципів, закріплених статтею 3 Закону про публічні закупівлі, є недискримінація учасників. Отже, спираючись на даний принцип, у разі закупівлі, наприклад, конкретної марки обладнання радимо вам зазначити в технічних вимогах щодо предмета закупівлі можливість надання учасниками еквівалента, що відповідатиме вашим вимогам.

Чітко прописуємо вимоги до предмета закупівлі.

У пункті 6.3 Наказу № 35 зазначено, що під час оголошення закупівлі замовник розміщує в системі інформацію про предмет, очікувану вартість закупівлі, умови договору, порядок і умови проведення закупівлі, строк подання пропозицій, а також вимоги до учасника та іншу інформацію, яка, на його думку, є необхідною для проведення закупівлі. Інформація, зазначена під час оголошення закупівлі, повинна збігатися з інформацією, що зазначена в прикріплених документах (за наявності). У разі невідповідності пріоритетною вважається інформація, зазначена замовником під час оголошення закупівлі.

Отже, чим чіткіші вимоги встановить замовник, тим більшою є ймовірність того, що він отримає саме той предмет закупівлі, який йому необхідний.

Після того, як ми розглянули основні рекомендації замовникам для проведення допорогових закупівель, доцільно буде перейти до рекомендацій учасникам.

Рекомендації учасникам

Відповідально ставимося до участі в електронних закупівлях.

Неодноразово трапляються випадки коли учасники подають пропозиції в електронних допорогових закупівлях лише заради можливості протестувати систему, без наміру подальшого укладення договору, а тим паче його виконання. У такому випадку, у разі невідповідності пропозиції учасника (або неукладення договору) вимогам замовника, замовник змушений відхилити таку пропозицію.

Призначаємо не менше двох осіб для роботи у системі.

Якщо заплановано участь у великій кількості закупівель, то один співробітник може

брати участь у закупівлях та готувати документи, інший же може займатися аналітикою (проводити аналіз попередніх закупівель, визначити, хто є конкурентами, за якими цінами вони виграють, у яких процедурах беруть участь), а після цього аналізу попередньо розробити для себе стратегію участі в допорогових закупівлях.

Ретельно розглядаємо партнерів.

Дана рекомендація стосується сумлінного виконання замовниками всіх умов договорів, укладених за результатами проведених процедур закупівель (наприклад, оплат за тендерними договорами). Також варто проаналізувати, чи траплялись у замовника випадки безпідставної дискваліфікації учасників, чи скасовував він закупівлі вже після аукціону тощо.

Спілкуємося із замовником.

У разі якщо якась інформація щодо закупівлі є незрозумілою, то рекомендуємо звернутися до замовника по роз'яснення. Але звертаємо увагу на те, що учасник може ставити питання замовникові саме в період уточнень. Після оголошення закупівлі починається період уточнень.

У період уточнень користувачі системи мають можливість звернутися до замовника з питаннями щодо встановлених вимог. Усі питання/відповіді зберігаються в системі та є доступними для всіх користувачів системи задля перегляду незалежно від статусу закупівлі.

Питання учасників є анонімними до закінчення аукціону. З метою збереження анонімності система не надає можливості приєднання файлів до питання. Питання має бути сформульовано лише в текстовому вигляді. Замовник відповідає на питання, за потреби завантажує додаткові файли в такому ж порядку, як у випадку розміщення/зміни оголошення закупівлі (підпункт 6.5 Наказу № 35).

Зважаємо на територіальне розташування.

Якщо ви тільки починаєте брати участь в допорогових торгах, то не рекомендуємо одразу розгалужуватися по всій Україні. Для початку можна охопити свій регіон, а потім переходити на іншу територію. потім переходити на іншу територію.

Не відкладайте подання пропозиції до останнього моменту.

Якщо ціни пропозицій учасників збігаються, то останнім право ходу в аукціоні матиме той, хто найраніше подав пропозицію конкурсних торгів.

Найнижча ціна — запорука вигашного положення.

Останній хід кожного раунду робить той учасник, який подав пропозицію з найнижчою ціною. Спробуйте під час прийому пропозицій одразу подати пропозицію не за плановою ціною закупівлі, визначеною замовником, а за нижчою.

Також рекомендуємо для участі в електронних закупівлях перед поданням пропозиції визначити дві ціни: першу — заплановану, незавищену ціну пропозиції, другу — найнижчу цінову межу, яку ви не зможете перейти. Учасник, ціна якого вища за очікувану вартість замовника, не зможе взяти участь у закупівлі.

Вчимо математичну частину аукціону.

Учасник може протягом одного раунду аукціону один раз понизити ціну/приведену ціну своєї пропозиції не менше ніж на один крок від своєї попередньої ціни/приведеної ціни (підпункт 8.1 Наказу № 35). У кожному раунді учасники в порядку, що визначається від пропозиції з найвищої до найнижчої ціни/приведеної ціни, а для пропозицій з однаковими цінами/приведеними цінами — першою наданою пропозицією, протягом двох хвилин мають право зробити ставку на пониження своєї попередньої ставки на суму, не меншу за крок аукціону, визначений замовником (підпункт 8.6 Наказу № 35).

Отже, якщо учасник знизив ціну своєї пропозиції, то в наступному раунді підвищити її вже буде неможливо, адже система приймає тільки пониження попередньої ставки на суму, не меншу за крок аукціону, визначений замовником.

Переконайтесь, що ви зайшли на сторінку аукціону в режимі учасника, а не спостерігача.

Усі ваші конкуренти будуть називатись «Учасник 1», «Учасник 2» і т. д., а ваш рядок повинен називатись «**Ви**».

Рекомендуємо зателефонувати до служби підтримки майданчика, аби перевірити, чи ви зайшли саме через той майданчик, через який подавали пропозицію.

Перевірте час початку аукціону.

Зробіть так, щоб у вас у цей період був стабільний Інтернет. Або підключіть двох різних провайдерів Інтернету. Також ви можете брати участь у закупівлі зі свого мобільного телефону.

Не звертаємо увагу на конкурентів.

Якщо конкурент ставить нереально низьку ціну, то не покидайте аукціон. Під час розгляду пропозицій замовник може відхилити (дискваліфікувати) пропозицію

конкурента, якщо вона не відповідатиме умовам закупівлі. Тоді замовник розглядатиме наступну за ціною пропозицію. Можливо, це буде саме ваша пропозиція.

Сподіваємося, що дані поради допоможуть при проведенні допорогових закупівель замовникам та учасникам досягти перемоги в закупівлях. А також тим, хто починає проводити закупівлі та брати в них участь, бажаємо набути лише позитивного досвіду та не допускати помилок.

Редакція журналу «Радник в сфері державних закупівель» висловлює щирі подяку за співавторство координаторові ProZorro, проектному менеджерові реформи держзакупівель при Національній раді реформ Кристині Гуцаловій.