

Уважність, прискіпливість та раціональний підхід: поради постачальникам у закупівлях

За останніх чотири роки, з початку роботи системи ProZorro, 36 тис. держзамовників провели 3,1 млн закупівель з очікуваною вартістю 2,35 трлн грн. Потужний ринок з великими можливостями! Частина українських підприємців теж позитивно оцінила перспективу участі в держзакупівлях за новими правилами. Нині в електронній системі зареєстровано понад 220 тис. учасників — як ФОПів, так і корпорацій міжнародного рівня, які стають постачальниками для державних установ.

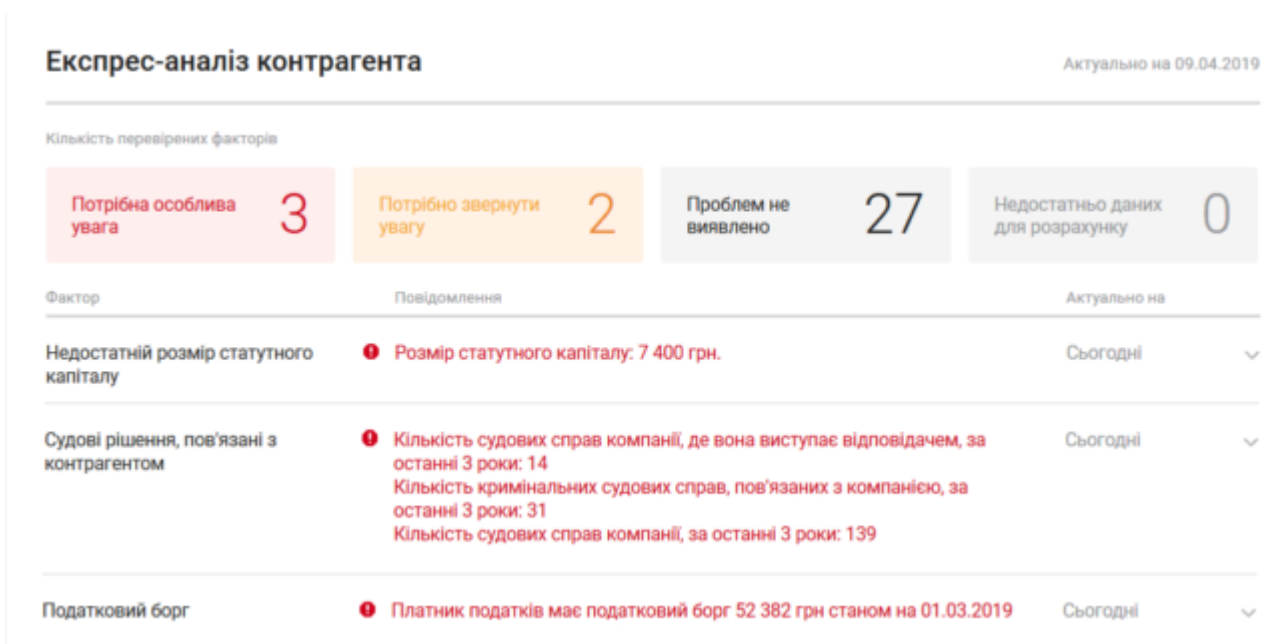
Однак конкуренція в ProZorro все ж недостатня і становить, згідно зі статистикою, всього 2,33 учасника на торги. Одна з причин у тому, що участь у державних закупівлях — досі табу для багатьох представників бізнесу. Вони або не вірять у зміни, що відбулися на цьому ринку, або мали нетривалий негативний досвід такої участі, або не впевнені, що на співпраці з державою можна дійсно отримати достойні прибутки. Усі ці причини насправді розбиваються вщент, якщо обрати правильну стратегію участі в закупівлях та не робити доволі розповсюджених помилок. Для того, аби закупівлі проходили «на відмінно», експерти системи YouControl зібрали поради постачальникам, як ефективно брати участь у торгах.

YouControl радить постачальникам

Тож що потрібно зробити до прийняття рішення про участь у конкретних торгах? Спочатку варто ретельно вивчити умови тендеру, встановлені організатором торгів, оцінити адекватність очікуваної вартості предмета закупівлі та проаналізувати безпосереднього замовника. Зробити це можна за кількома напрямками.

Порада 1: перевіряємо репутацію замовника

Передусім потрібно дізнатися, **як замовник розраховується за своїми фінансовими зобов'язаннями**. Допоможе в цьому Пошуково-аналітична система 007. Про його **репутацію** саме в контексті закупівель розповість Індекс найкращих практик (рейтинг замовників у ProZorro), де є відомості про випадки, що держустанова, наприклад, свідомо обмежувала конкуренцію чи мала інші порушення. А от Система ризик-індикаторів ProZorro підкаже, **в кого із замовників які ризики в закупівлях найчастіше зустрічаються**. Це можуть бути і недеталізовані тендерні оголошення, і масові дискваліфікації в торгах, і занадто велика кількість лотів у закупівлі, і аномальна економія (понад 60 %) тощо. Окрім цього, деталізована та згрупована інформація про замовника є в системі YouControl. Серед іншого, там можна дізнатися про судову практику якогось держпідприємства, про відкриті щодо нього виконавчі провадження та багато іншого.



Порада 2: перевіряємо замовника щодо зв'язку з іншими постачальниками

Важливо перевірити замовника на підозрілий **зв'язок з іншими постачальниками**, яким можуть надавати певні привілеї. Допоможе це зробити інструмент, доступний на порталі DoZorro. Він міститься у фільтрах в розділі «Ризики» та називається «YouControl: зв'язки організатора з учасниками».

Порада 3: готуємо тендерну пропозицію відповідно до вимог тендерної документації

Коли замовник виконав своє завдання й оголосив торги, а підприємець (чи компанія) все ж вирішив взяти в них участь, то перший крок — **підготовка тендерної пропозиції**. Наче нічого складного. Та іноді неухважність, наприклад, при збиранні документів чи неточність у виконанні вимог тендерної документації закупівельника можуть стати причиною подальшої дискваліфікації учасника. І закон буде не на його боці. А якщо умови, прописані організатором, у чомусь незрозумілі, то учасник має можливість поставити уточнювальні запитання до аукціону та якісно підготуватися. Тож до цього питання потрібно підійти відповідально. І працівник, котрий цим займатиметься, повинен бути досвідченим та розсудливим.

Порада 4: застосовуємо стратегічне мислення до визначення ціни тендерної пропозиції

До аукціону учасник повинен **визначитися із ціною, за якою він готовий стартувати в торгах**. І він має пам'ятати, що потенційний постачальник, що запропонує найкращу початкову ціну, під час аукціону буде робити хід останнім. Так він зможе знижувати вартість на мінімальний крок, виходячи із цін інших учасників, залишатися в цих перегонах останнім (за найменшою сумою цінової пропозиції під час аукціону), «перебивати» пропозиції конкурентів та зрештою перемогти. Однак тут краще **не «заграватися»** і не давати прагненню до перемоги знизити ціну до того рівня, яка

принесе замість прибутку збитки. У той же час варто пам'ятати, що участь у державних закупівлях не потребує витрат на рекламу, утримання відділу продажів тощо. Тож ці пункти потрібно одразу відминусувати від собівартості товару чи послуги та розрахувати реальну цінову пропозицію.

Порада 5: перевіряємо техніку та вносимо дату аукціону в календар завдань

Окрім стратегічних, треба **не забути й про технічні моменти**. Зокрема, запланувати участь в аукціоні, внести час його початку в календар. А в момент його проведення потурбуватися про доступ до необхідної техніки та Інтернету.

Порада 6: проводимо роботу над помилками, робимо висновки, застосовуємо нові стратегії

Якщо учасник пройшов усі ці кроки й не зміг перемогти в торгах, то обов'язково потрібно **провести «роботу над помилками»**. Це дасть розуміння того, що в обраній стратегії було не так і які корективи в неї варто внести для кращого результату в наступній закупівлі. Однак іноді поразка може бути й несправедливою. Якщо тендер має ознаки порушення, то його можна **оскаржити** через Антимонопольний комітет України або навіть у суді. Окрім цього, варто привернути до нього увагу громадськості (наприклад, через ЗМІ, громадські організації чи моніторинговий портал DoZorro). Уже були випадки, коли резонанс від певних закупівель приводив до відміни їхніх результатів та зупиняв інших замовників від повторення подібних порушень.