

Як підвищити свою ефективність у публічних закупівлях

Участей у закупівлях може бути багато, але їх кількість не така вже й важлива, якщо немає перемог, підписаних контрактів та доходів. Щоб стати успішним у сфері закупівель, потрібен систематичний аналіз своєї діяльності у ProZorro. Він виявить сильні та слабкі місця вашої фірми, а в цьому, як завжди, допоможе *BI Prozorro*.

Відстежувати показники ефективності компаній дуже важливо, адже завдяки цьому ви бачите, що у своїй діяльності варто покращити, і тому зможете збільшити доходи. Тож сьогодні я розповім, як за допомогою BI Prozorro проаналізувати досвід підприємства у ProZorro та відповісти на такі питання:

скільки було дискваліфікацій і чому?

з якими замовниками краще працювати?

які є основні конкуренти?

У статтях «[Як бізнесу оцінити ринок у публічних закупівлях? Частина 1: аналіз попиту](#)» та «[Як бізнесу оцінити ринок у публічних закупівлях? Частина 2: шукаємо ринкову ціну](#)» ми працювали з уявною компанією, яка лише планує почати працювати з бюджетними замовниками. Зараз нам такий варіант не підійде: щоб аналізувати досвід у публічних закупівлях, потрібно його мати. Тому я навмання вибрала інше підприємство із цієї ж галузі — ПАТ «ОБУХІВСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД» (код ЄДРПОУ: 00445914).

Щоб розуміти, що саме потрібно покращувати, насамперед **маємо оцінити загальну картину та виявити слабкі місця**. Для цього використаємо лист додатка «12. Етап закупівель» модуля аналітики: [«Карточка учасника \(Пропозиції\)»](#).

Насамперед потрібно вказати модулю, яку компанію ми аналізуємо. Для цього у відборі «Назва учасника / код учасника» через пошук вводимо код ЄДРПОУ або назву нашого підприємства, обираємо його та натискаємо Enter (Рис. 1).

Важлива примітка: якщо вибрати більше одного учасника, їхні реквізити та дані не будуть відображатися. Тому для роботи з листами «Карточки учасника» треба вибирати лише одне підприємство.

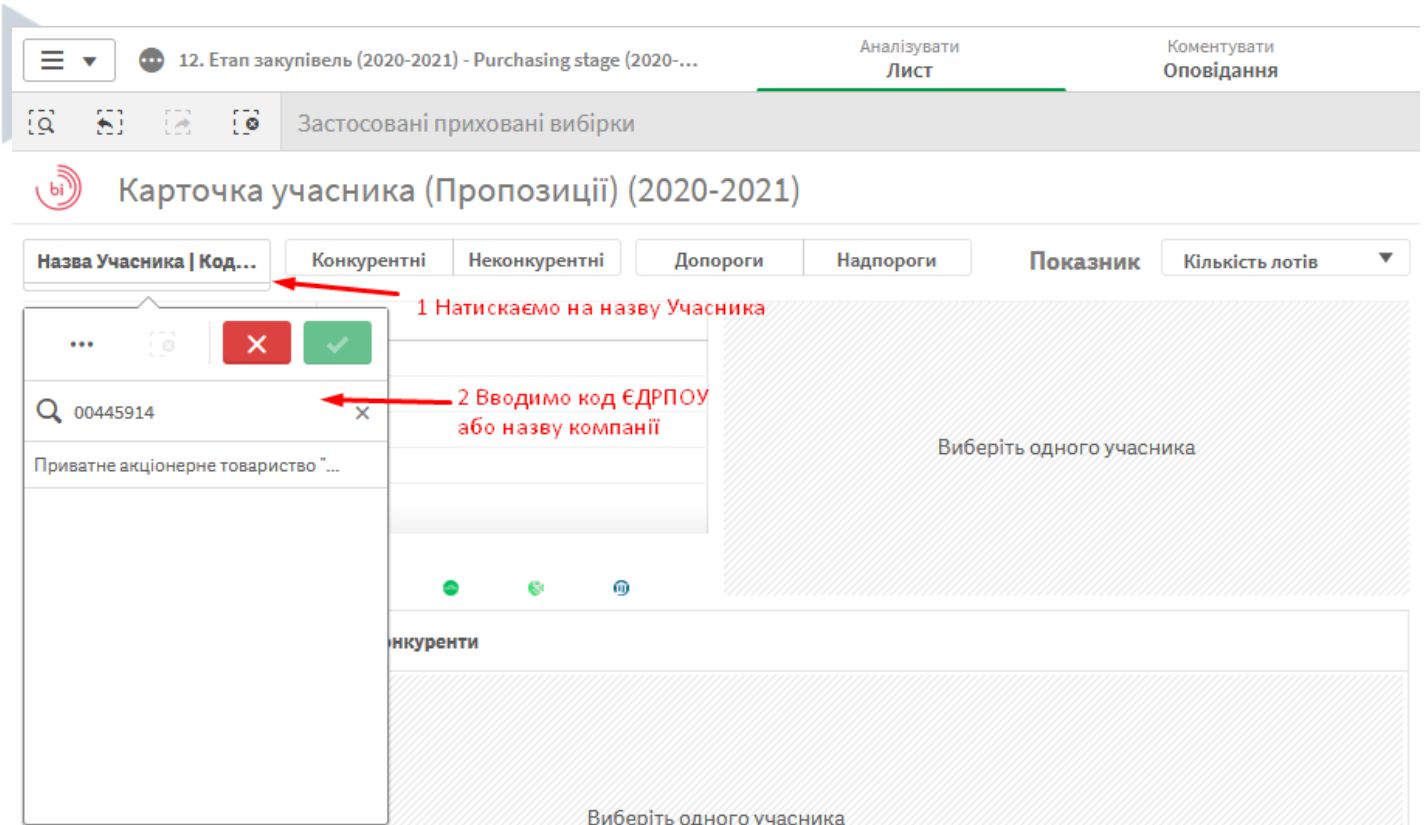


Рис.1

Розглянемо загальні показники: обсяги участі у закупівлях, частоту перемог, відсоток неконкурентних закупівель і т. д. (Рис. 2). Завдяки цим числам ми можемо швидко зорієнтуватися, що є нашим переважним джерелом доходу: прямі договори чи участь у конкурентних закупівлях. Зверніть увагу на показники з відсотками — адже кожен з них має два числа. Перше з них відображає показник по сумі лотів, друге — по їх кількості.

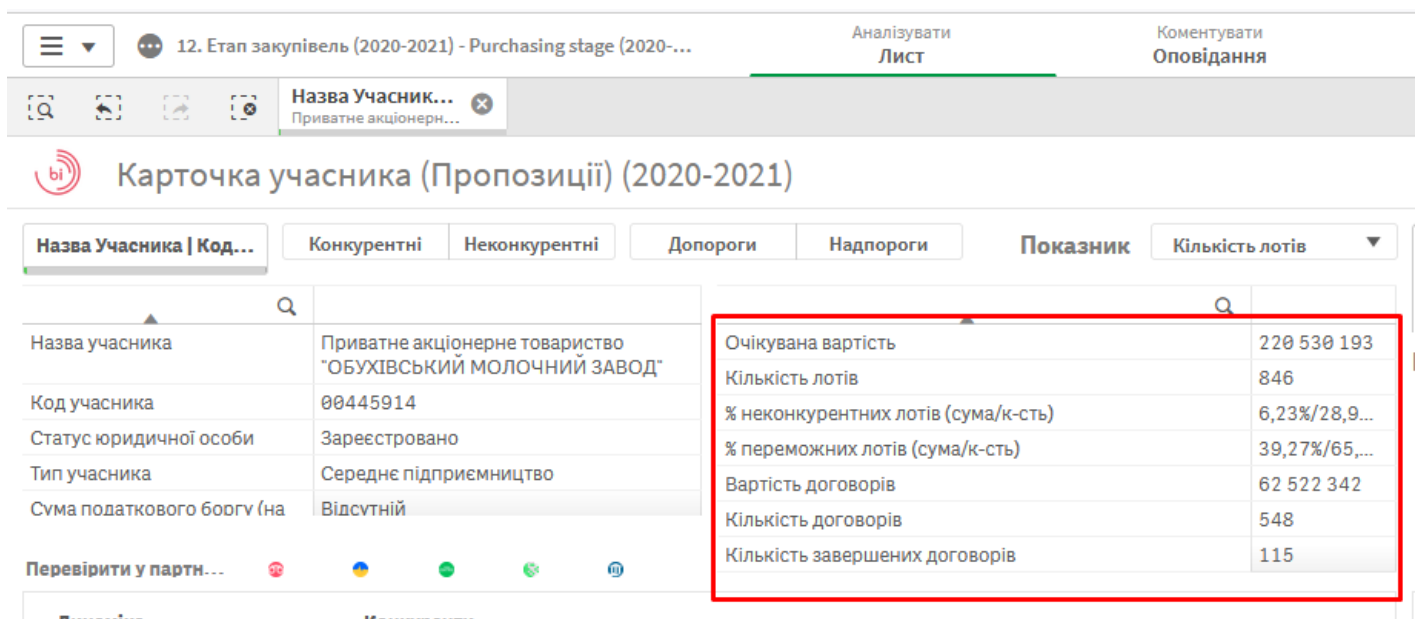


Рис.2

Згідно з інформацією на Рис. 2 ПАТ «ОБУХІВСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД» переважно працює з конкурентними закупівлями і при цьому часто перемагає (у 65,8 % випадків). Проте, звісно, є випадки і неуспішних спроб отримати контракт. Тому маємо визначити їхні основні причини.

Для цього виберемо конкурентні закупівлі та використаємо діаграму «Подані цінові пропозиції» (Рис. 3). Вона покаже, чому завод не переміг у тендерах і не отримав замовлення. Щоб краще побачити інформацію, у верхньому правому куті діаграми натисніть на коло з написом «На весь екран». Тепер ми можемо вивчити детальніше основні причини невдач на торгах:

зависока ціна;

дискваліфікації;

скасовані процедури;

нерозглянуті пропозиції.

Наведіть курсор на сектор — і ви побачите значення показника ще й в абсолютному числі. Як бачимо, завод, який ми розглядаємо, дискваліфікували в 11,1 % випадків від всіх участей у конкурентних закупівлях, а **у майже 20 % тендерів ціна була зависока**. Саме з цими показниками можна далі працювати, щоб зменшити їх частку.

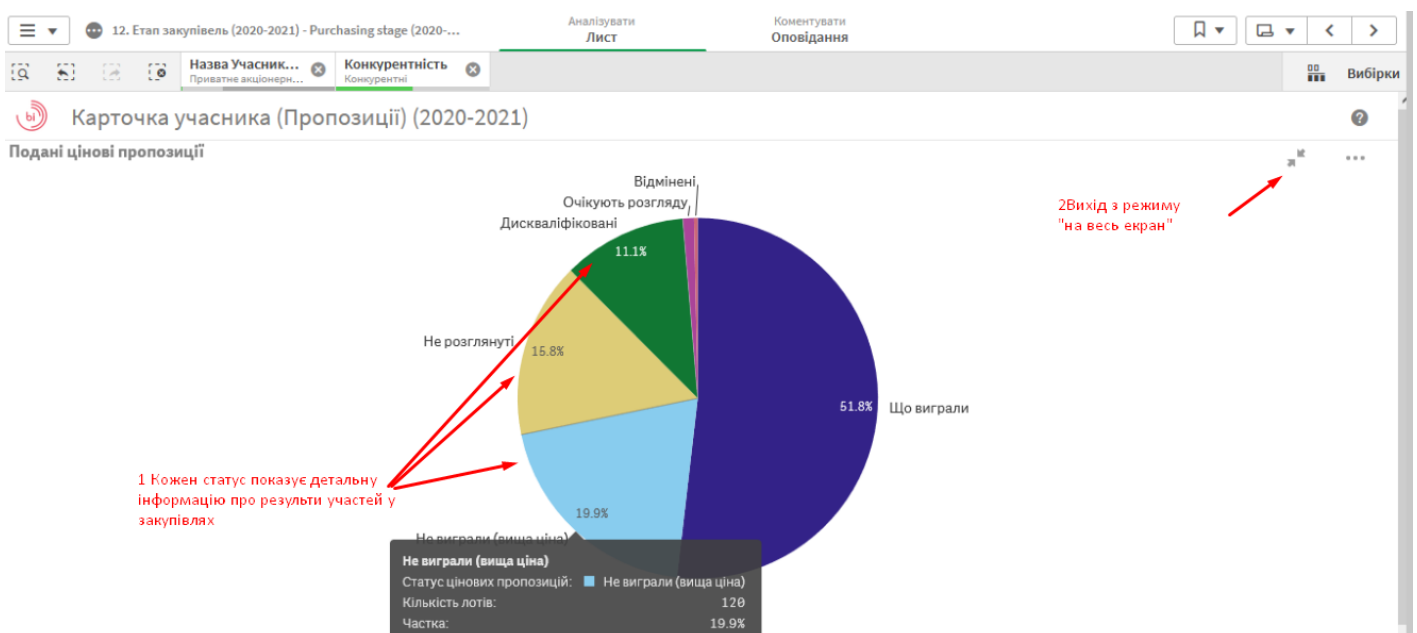


Рис.3

Крім цього, **ми можемо дізнатися, у закупівлях яких замовників найчастіше брало участь обране підприємство**. Для цього варто подивитися на діаграму «Організатор».

тут також можна побачити статуси цінових пропозицій окремо в кожного замовника. Це При повному або частковому копіюванні чи цитуванні будь-якої інформації з порталу "Радник у сфері публічних закупівель" ви зобов'язані вказувати джерело інформації (ст. 176 ККУ). Джерело:

<https://radnuk.com.ua/uchast-u-zakupivliakh/hid-dlia-novachkiv/iak-pidvishchty-svoiu-efektyvnist-u-publichnykh-zakupivliakh/>

потрібно, аби глибше дослідити, чому не вдається перемогти на тендері. Чи справедливо вас дискваліфікують різні замовники, якщо так — то чому? Наскільки ваші ціни відрізняються від цін конкурентів? Відповіді на ці питання дадуть вам розуміння, з ким із замовників вигідніше продовжувати співпрацю і де потрібно змінити тактику.

Приміром, у нашому випадку помітно, що невдалим є досвід участі компанії у закупівлях КНП «Хмельницький обласний заклад з надання психіатричної допомоги». ПАТ «ОБУХІВСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД» 13 разів намагалося здобути договір про закупівлю, і поки марно — переважно через надто високі ціни (Рис. 4).

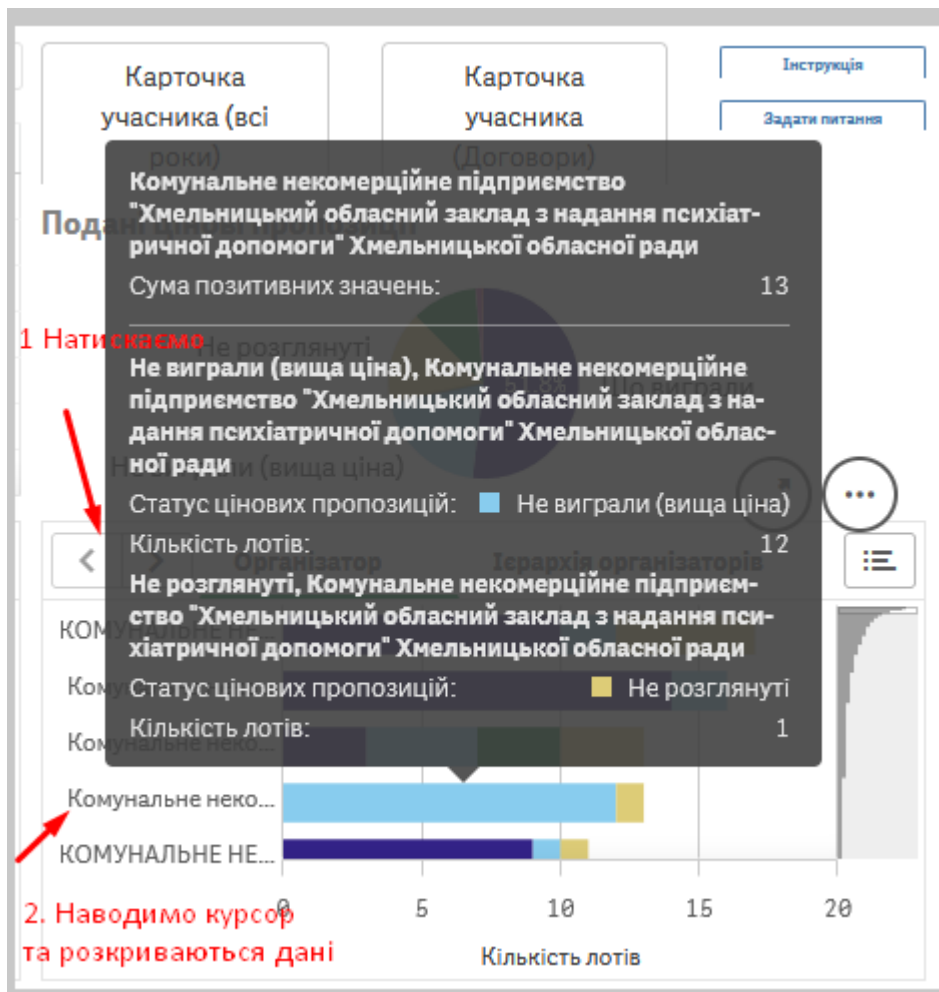


Рис.4

Якщо хочете побачити, у яких областях компанія найактивніше бере участь у закупівлях, та подумати над розширенням географії участі, скористайтеся діаграмою «Географія». Вона демонструє розподіл значень вибраного показника (кількість лотів або очікувана вартість) на карті України по областях організаторів (Рис. 5).

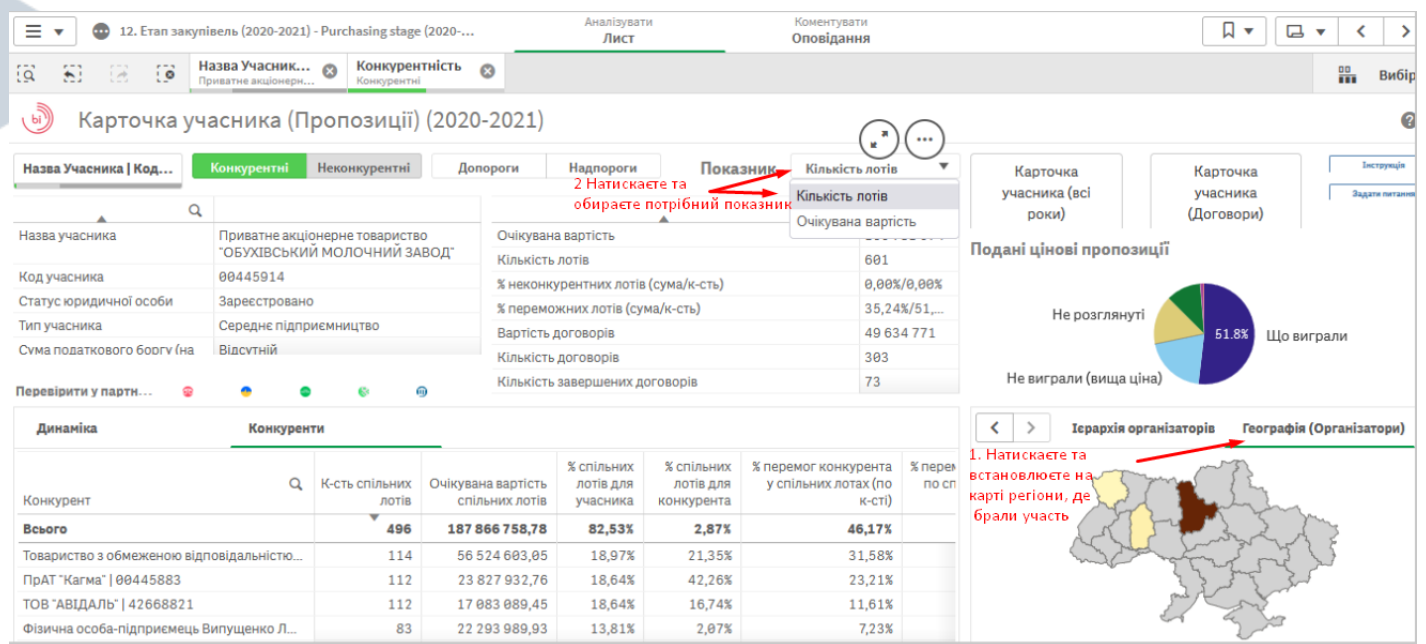


Рис.5

З вищевикладеного слідує, що ПАТ «ОБУХІВСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ ЗАВОД» цікаві закупівлі трьох областей і переважно — Київської. Тут можна припустити наявність потреби розширити участь у тендерах, хоча б на сусідні регіони: Житомирську, Вінницьку, Черкаську, Чернігівську та Полтавську області.

Ба більше, буде цікаво мати детальну статистику участей (а також перемог) у динаміці (Рис. 6). Наприклад, так ми побачимо, що найактивнішими місяцями закупівельної діяльності обраного підприємства є грудень — березень. А ще **зверніть увагу на періоди, коли було багато програвів, зокрема через дискваліфікацію**. Цілком можливо, десь там криються систематичні помилки, які заважали вам здобути замовлення.

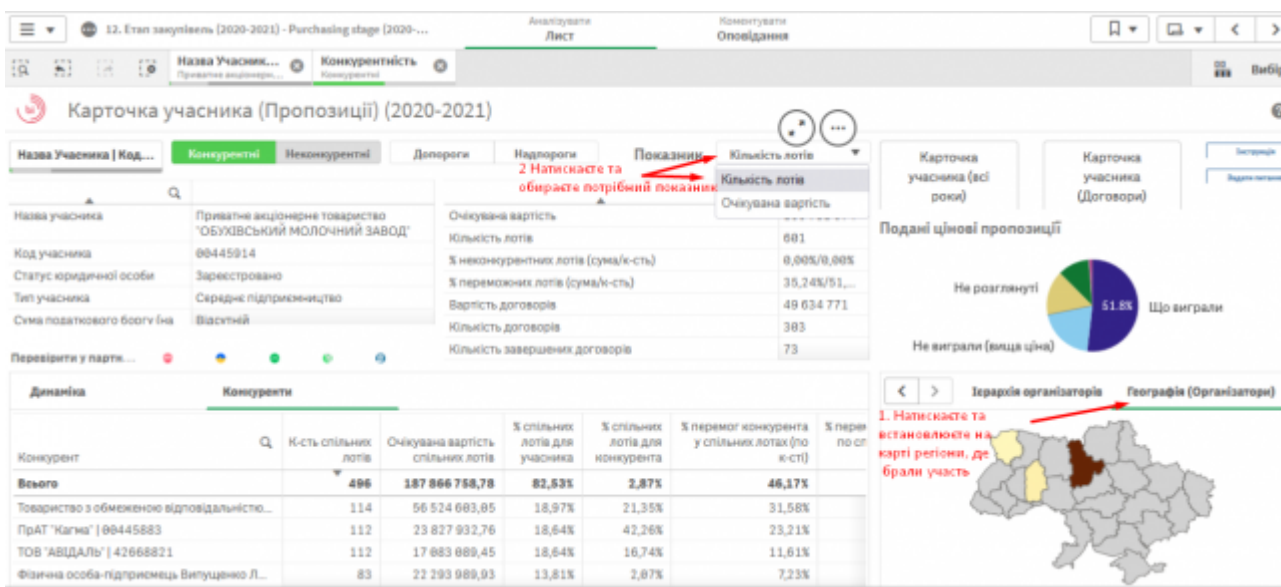


Рис.6

Коли підприємство / фірма програє, гроші за оплату поданих пропозицій не повертають. При повному або частковому копіюванні чи цитуванні будь-якої інформації з порталу "Радник у сфері публічних закупівель" ви зобов'язані вказувати джерело інформації (ст. 176 ККУ). Джерело:

<https://radnuk.com.ua/uchast-u-zakupivliakh/hid-dlia-novachkiv/iak-pidvyshchyty-svoiu-efektyvnist-u-publichnykh-zakupivliakh/>

Контактні дані: +38 (044) 451-85-71 | radnukdz@gmail.com

Однак гірше те, що завод недоотримує дохід від потенційних контрактів, які не уклали через відхилення тендерних пропозицій. Потенційні доходи, які ми так і не отримали, можна знайти у такий спосіб: вибираємо статус «Дискваліфіковані» та включаємо показник «Очікувана вартість». Також корисно подивитися, хто найчастіше дискваліфіковував компанію. Можливо, варто взагалі припинити співпрацю з цим організатором?

Для цього виберемо відповідний сектор на круговій діаграмі, а потім — замовника згори списку (Рис. 7). Переходимо на лист «Тендери / Лоти», а далі — на кожну закупівлю окремо. Так ми можемо вивчити свої помилки, щоб більше їх не повторювати.

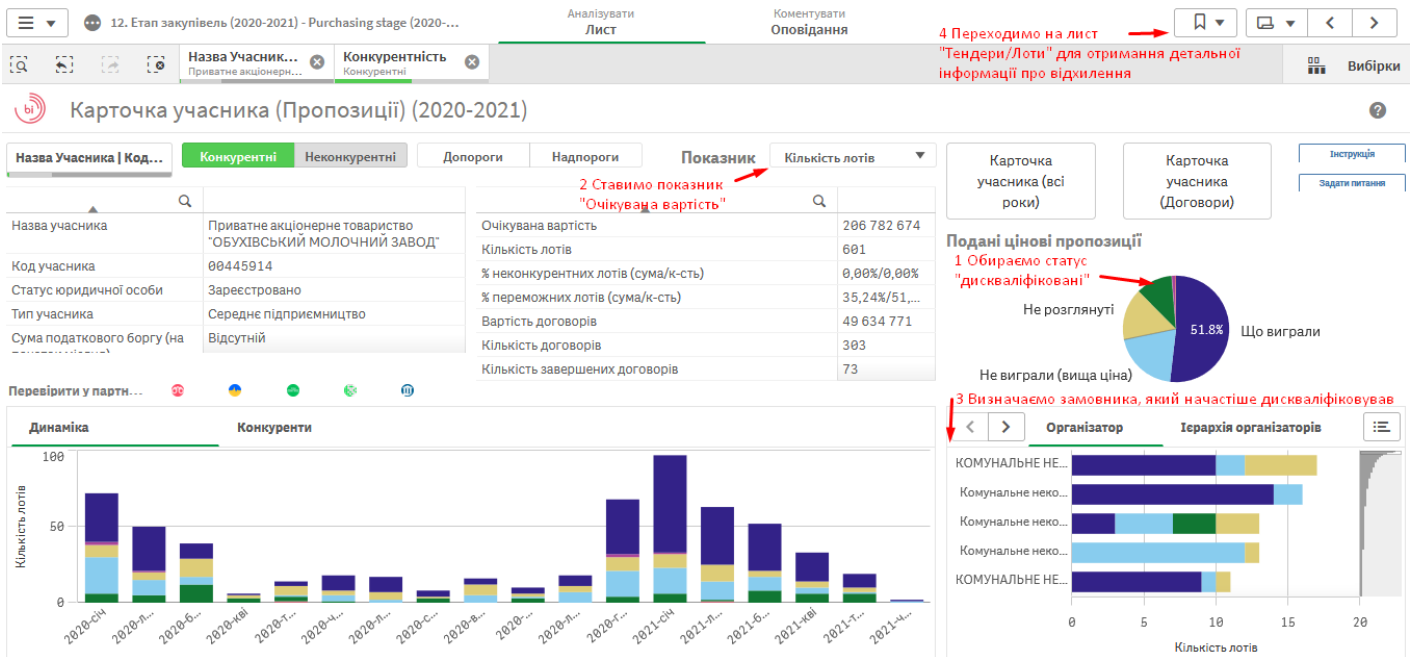


Рис.7

Що ж, із дискваліфікаціями трохи розібралися. **Перейдемо до аналізу цін: чи сильно вони відрізняються від цін суперників?** Для цього на листі «Карточка учасника (пропозиції)» знімемо попередній відбір на круговій діаграмі та зробимо новий — на закупівлі зі статусом «Не виграли (вища ціна)» та «Не розглянуті».

На вкладці «Конкуренти» видно, кому і як часто ми програвали (Рис. 8). Знову ж таки, на листі «Тендери / Лоти» можна перейти на конкретні закупівлі та дослідити цінову різницю. Залежно від того, наскільки вона велика, ви можете або змінити тактику на аукціоні, або ж відмовитися від певних тендерів, які вам не вигідні.

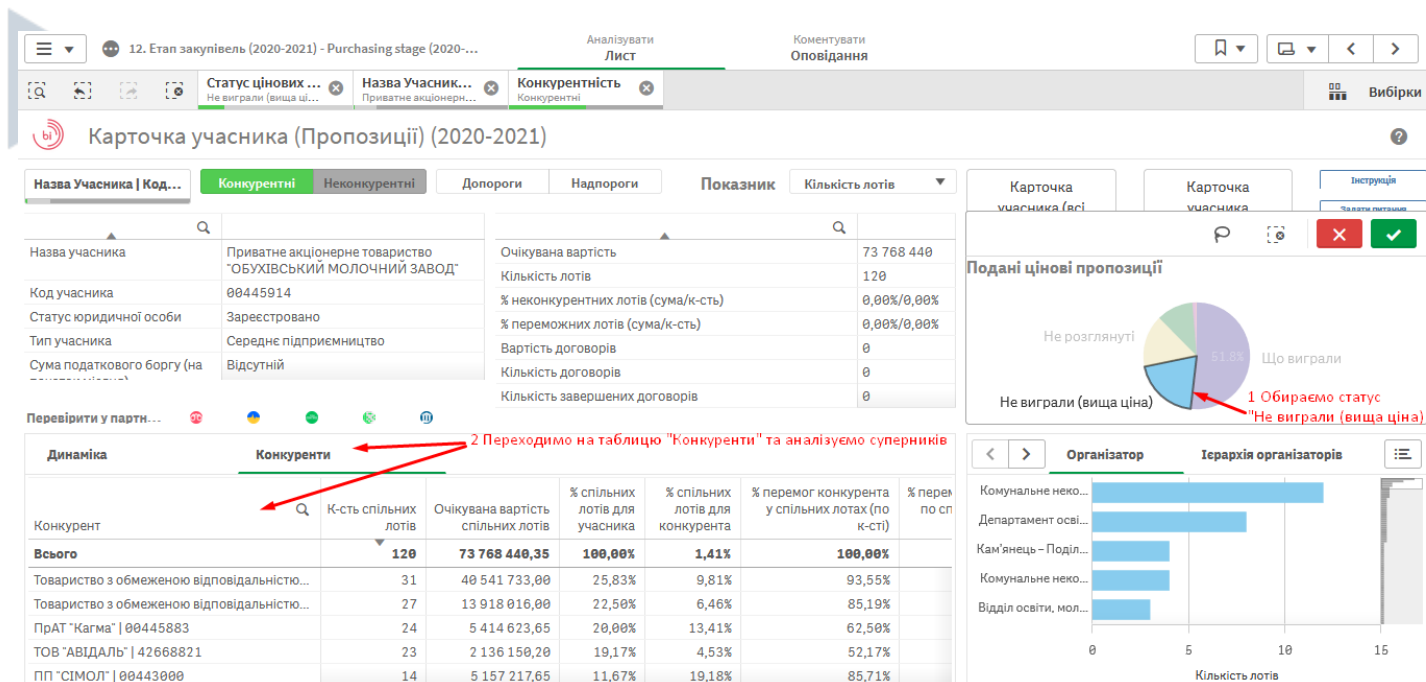


Рис.8

Рис. 8

Такий аналіз своєї компанії точно дасть вам поживу для роздумів та допоможе виконати роботу над помилками й покращити результати. Тож бажаю нових перемог!

Більше про модуль аналітики читайте на порталі RADNUK.COM.UA у статті «Аналітика в публічних закупівлях: як BI Prozoggo допомагає бізнесу перемагати?».

Додатково з цікавого:

«Історія однієї тендерної документації, яку оскаржили шість разів»;

«Більше не значить краще, або Скільки аналогічних договорів має надати учасник»;

«Чи може замовник вимагати копії наказів про прийняття на роботу персонал?»;

«Згода на отримання персональних даних та "з чим її їдять"».