

## ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ ЗАКАЗОВ И ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАКУПОК ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ НУЖД (НА ПРИМЕРЕ МЕБЕЛИ)

Егорова Н.А.,

научный руководитель канд. техн. наук Демакова Е.А.

*Сибирский федеральный университет*

*Торгово-экономический институт*

Закупки продукции, работ и услуг являются важнейшей сферой экономики Российской Федерации. Целями закупок продукции для государственных нужд являются: приобретение товаров адекватного потребностям государства качества и эффективное использование ресурсов.

Мебель как объект размещения заказов является стандартизированным товаром, но для разных заказчиков требуется в широком ассортименте по эксплуатационному и функциональному назначению. Поэтому требования заказчиков к потребительским свойствам и показателям качества закупаемой мебели могут быть весьма разнообразными, и данный вид продукции не входит в Перечни товаров, размещение заказов, на поставки которых, должно осуществляться только путем проведения аукциона либо открытого аукциона в электронной форме.

Целью статьи явилось изучение эффективности закупок продукции для государственных нужд на примере мебели, с учетом основных характеристик закупок открытых конкурсов.

В ходе исследования было изучено 1367 мероприятий по закупкам мебели, проведенных в течение 2010 г. в форме открытых конкурсов, открытых аукционов и запросов котировок. С учетом стоимости контрактов, заключенных по итогам открытых конкурсов, этот способ размещения заказов оказался лидирующим: 42 % мебели было приобретено посредством открытых конкурсов (рис. 1). Но по числу всех проведенных мероприятий конкурсы занимают минимальную долю – 5,1 %

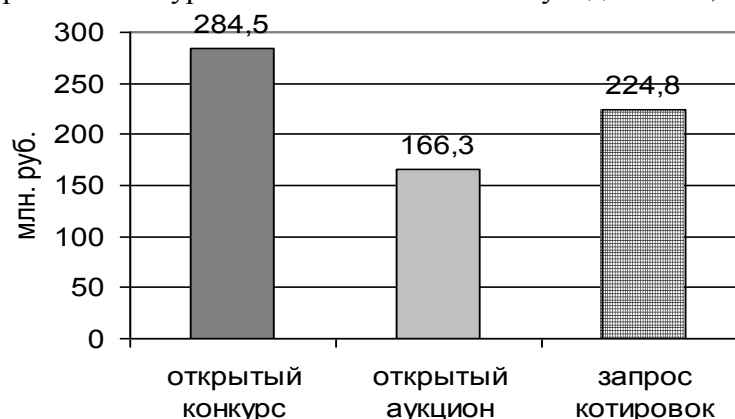


Рис. 1 – Объемы закупок мебели для государственных учреждений в 2010 г. по формам размещения заказов

Данный факт положительно характеризует деятельность государственных заказчиков, так как открытые конкурсы во всем мире признаны наиболее эффективной формой торгов.

Сопоставление суммарных цен заключенных контрактов и совокупной стоимости предложений заказчиков на исследуемом рынке мебельных товаров позволило распределить способы закупок по величине относительной экономии следующим образом:

открытые аукционы – 14,1 %;

открытые конкурсы – 15,7 %;  
запросы котировок – 23,4 %.

Сравнение приведенных значений показывает, что открытые конкурсы с точки зрения экономии финансовых ресурсов оказались менее эффективными, чем запросы котировок. Однако сокращение расходов за счет приобретения более дешевых товаров не может служить единственным показателем эффективности закупок.

Для анализа в динамике показателей, характеризующих закупки мебели посредством конкурсного отбора, были изучены материалы 375 конкурсов по закупкам для государственных учреждений за 2011 г. Объем закупленной таким образом мебели составил свыше 367 млн. руб.

Для проведения конкурсного отбора законодательством предусмотрен перечень критериев и допустимые интервалы их весомости в комплексной оценке предложения участников конкурсных процедур. Частота выбора заказчиками тех или иных критериев, а также определяемые ими уровни значимости не являются объектами федерального статистического наблюдения, но составляют информационную базу для анализа эффективности и управления закупками.

О том, насколько важны для государственных учреждений, приобретающих мебель, характеристики закупки (цена продукции, ее качество и безопасность, сроки поставок, гарантии качества и др.), свидетельствует распределение конкурсных торгов по частоте использования заказчиками различных уровней значимости критериев оценки предложений участников.

Цена предложения определена законодательством как обязательный критерий конкурсного отбора с минимальной значимостью в оценке предложений участников – 35 %.

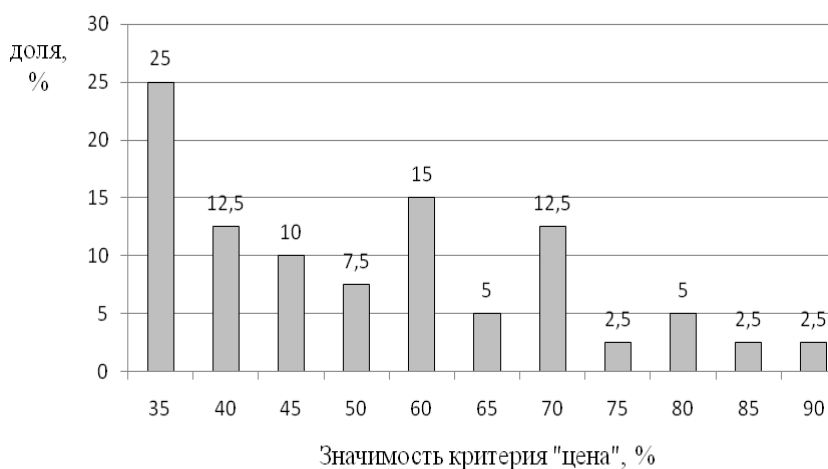


Рис. 2 – Распределение конкурсов на поставки мебели по значимости критерия «цена», 2010г.

На рис. 2 видно, что в 2010 г. в четверти конкурсных процедур значимость критерия «цена» определена на минимально допустимом уровне – 35 %. Следовательно, для 25 % заказчиков цена при закупках мебели не имеет решающего значения, а открытый конкурс ими выбран благодаря тому, что именно такой способ размещения заказа позволяет найти наиболее выгодное предложение по исполнению контракта с учетом неценовых критериев.

Основная же доля – 62,5 % – конкурсов по закупкам мебели, проведенных в 2010 г., имела значимость «цены» в интервале свыше 35 и до 70 %. Мероприятия по размещению заказов на поставки мебели, где цена имела значимость 80-90 % и сыграла определяющую роль при выборе поставщика, составили меньшинство – только 10 % конкурсов. Усредненный уровень значимости критерия «цена» по всем изученным

конкурсам составил 53 %. Данный факт свидетельствует о большом влиянии ценовой составляющей на конкурентоспособность участников конкурсов на поставки мебели для нужд государственных учреждений.

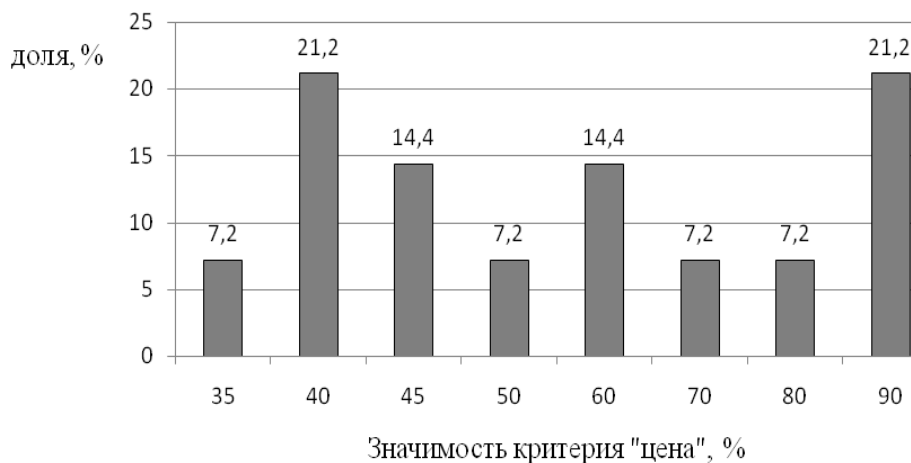


Рис. 3 – Распределение конкурсов на поставки мебели по значимости критерия «цена», 2011 г.

По рис. 3 видно, что в 2011 г. значимость критерия «цена» при проведении конкурсов по закупкам мебели возросла. Так доля конкурсов, где заказчики устанавливали минимальную значимость цены – 35 % - снизилась до 7,2 %, а доля мероприятий, где цена имела максимальную значимость – 90 % - возросла до 21,2 %. Таким образом, усредненный уровень значимости критерия «цена» по всем изученным конкурсам в 2011 г. увеличился до 60 %.

Следующим по частоте использования и среднему уровню значимости в изученных конкурсах по закупкам мебели в 2010 г. является критерий «качество продукции» или «потребительские свойства» («технические характеристики»). Анализ показал, что 55 % конкурсов по закупкам мебели проведено с использованием максимально допустимой по законодательству весомости критерия «качество продукции» - 20 %. Следовательно, более половины заказчиков придают большое значение качеству товаров при выборе поставщика. В то же время в ходе 42 % торгов этот критерий вообще не учитывался.

Результаты проведенного анализа показывают разделение заказчиков на два крупных сегмента с различной степенью заинтересованности в уровне качества закупаемых изделий. Существование большой группы заказчиков, не придающих значения качеству продукции при проведении конкурсов, можно считать негативным показателем в сфере размещения заказов, так как повышение эффективности закупок напрямую связано с такими составляющими качества группами потребительских свойств, как функциональные, эргономические, свойства безопасности, надежности и др. Малая величина усредненного уровня значимости критерия «качество продукции» в изученном товарном сегменте – всего 11 % - объясняется ограничением его максимально возможной значимости со стороны законодательства, а также большой долей конкурсов, проведенных без учета данного критерия.

В 2011 г. заинтересованность государственных заказчиков мебели в качестве приобретаемой продукции заметно возросла. Доля конкурсов, где не использовался критерий «качество продукции» уменьшилась до 28,6 %. При этом более 60 % мероприятий проходило с использованием максимально возможной по законодательству значимости данного критерия – 20 %. Возросла и усредненная величина значимости критерия «качество продукции» по всем изученным конкурсам – до 15 %.

Срок поставки важен для заказчиков по двум основным причинам. Во-первых, при необходимости оснащения мебелью помещений разного назначения к началу периода эксплуатации (например, для учебных заведений – это начало учебного года). Во-вторых, сокращение срока поставки требуется для соблюдения обязательств по исполнению контрактов до истечения финансового периода.

Критерий «срок поставки» при оценке предложений участников в 2010 г. был использован более чем в 92 % конкурсов. Значимость данного критерия в большинстве мероприятий находилась в интервале от 10 до 35 % включительно, и его усредненный уровень оказался около 27 %, что почти в два раза ниже этого показателя по критерию «цена».

Значимость критерия «срок поставки» в 2011 г. в среднем по всем мероприятиям снизилась до 20 %, уменьшилось и количество заказчиков, использовавших данный критерий при оценке конкурсных предложений – до 71,5 %.

При оценке заявок участников конкурсов по критерию «срок предоставления гарантий качества товара» лучшим условием исполнения государственного (муниципального) контракта по данному критерию признается предложение в заявке с наибольшим сроком предоставления гарантии качества.

Половина конкурсных процедур по закупкам мебели для государственных учреждений в 2010 г. проводилась с учетом критерия «срок гарантии качества товара» с установленной значимостью 10 %, а треть конкурсов проведено без учета данного критерия. Усредненный уровень значимости критерия «срок гарантии качества товара» в 2010 г. оказался около 9 %.

В 2011 г. свыше 64 % конкурсных мероприятий состоялось с использованием критерия «срок гарантии качества» на максимально возможном уровне значимости – 10 %, а его усредненная величина составила около 5 %.

Распределение усредненных по всем проанализированным конкурсным мероприятиям уровней значимости критериев оценки предложений участников представлено в табл. 1.

Таблица 1 – Усредненные уровни значимостей критериев оценки в конкурсах по закупкам мебели для государственных нужд, %

<i>Критерии оценки</i>	<i>Конкурсы, проведенные в 2010 г.</i>	<i>Конкурсы, проведенные в 2011 г.</i>
Цена	53	60
Срок поставки	27	20
Качество (потребительские свойства) товара	11	15
Срок гарантии качества товара	9	5

Таким образом, невысокий усредненный уровень значимости критерия «качество товара» при конкурсном отборе поставщика мебели – в 1,5-2 раза меньший его максимально допустимой по законодательству величины – не позволяет сделать вывод о масштабной заинтересованности государственных заказчиков в приобретении высококачественной продукции. Как следствие, можно констатировать тот факт, что в рассматриваемом секторе рынка не формируется механизм экономического стимулирования производителей продукции к улучшению ее качества.

Приведенное обстоятельство служит еще одним аргументом в пользу необходимости включения в состав конкурсной документации, подаваемой участниками закупок, объективных (документальных) свидетельств, подтверждающих соответствие показателей качества продукции требованиям.