

Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives

1st International scientific conference

18th December, 2013

Volume 2



«East West» Association for Advanced Studies and Higher Education
GmbH, Vienna, Austria

**Vienna
2013**

«Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives». Proceedings of the 1st International symposium (December 18, 2013). Volume 2. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna. 2013. 410 P.

ISBN-13 978-3-902986-98-6

ISBN-10 3-902986-98-0

The recommended citation for this publication is:

Koenig L. (Ed.) (2013). Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives.

The 1st International symposium proceedings (December 18, 2013), Volume 2. Vienna,

OR: «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, Vienna.

Editor	Lucas Koenig, Austria
Editorial board	Jana Ilyna, Russia Wu Pan, China Dragan Novak, Croatia Dirk Eggers, Germany
Proofreading	Andrey Simakov
Cover design	Andreas Vogel
Contacts	“East West” Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, Am Gestade 1 1010 Vienna, Austria
Email:	info@ew-a.org
Homepage:	www.ew-a.org

Material disclaimer

The opinions expressed in the conference proceedings do not necessarily reflect those of the «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, the editor, the editorial board, or the organization to which the authors are affiliated.

© «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH

All rights reserved; no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission of the Publisher.

Typeset in Berling by Ziegler Buchdruckerei, Linz, Austria.

Printed by «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, Vienna, Austria on acid-free paper.

*Marokau Andrei Sergeevich, the Republican Unitary Enterprise
“Production Association “Belorusneft”,
procurement and supply specialist*

*Мороков Андрей Сергеевич, Республиканское унитарное предприятие
«Производственное объединение «Белоруснефть»,
специалист отдела обеспечения производства*

Actual issues of procurement procedures. Supplier fraud during the procurement procedure using proxy means scoring technique for commercial proposals

Актуальные вопросы проведения процедур закупок. Махинации поставщика при проведении процедуры закупки с применением балльной методики оценки коммерческих предложений

Этап оценки коммерческих предложений участников процедуры закупки и выбор поставщика, предлагающего наилучшие условия, является одним из важнейших при проведении процедуры закупки. При этом оценка коммерческих предложений может производиться с использованием методики балльной оценки таких предложений.

Конечно, заказчик всегда предоставляет полную информацию в приглашении к участию в закупке, в т. ч. и методику расчета балльной оценки предложений участников. И в таком случае любой из участников, проанализировав механизмы расчета балльной оценки, сможет предпринять определенные шаги, как законные, так, возможно, и не законные, чтобы его предложение получило наибольший возможный балл.

В случае когда участник самостоятельно участвует в процедуре закупки, он имеет возможность по всем критериям балльной оценки зависить натуральные показатели своего коммерческого предложения для получения наибольшей балльной оценки.

Выходом для заказчика в таком случае будет использование таких критериев, которые можно подвергнуть проверке, т. е. все представленные данные по критериям оценки должны подтверждаться соответствующими документами.

Наиболее интересным представляется случай, когда поставщик участвует в процедуре закупки двумя компаниями: одной основной и одной подставной, которая не ставит своей целью получение контракта, а используется для получения основной компанией большей балльной оценки и/или получения остальными участниками меньшей балльной оценки.

Рассмотрим такие возможности на примере трех методик балльной оценки коммерческих предложений, используемых в России и ЕС, а также усовершенствованной методики.

Первой методикой является методика, представленная в «Методических рекомендациях по балльной оценке конкурсных заявок и квалификации поставщиков, участвующих в конкурсах на размещение заказов на поставки товаров для государственных нужд» согласно письму Министерства экономики Российской Федерации от 02 июня 2000 года № АС-751/4-605, далее — методика Министерства экономики РФ.

Согласно данным методическим рекомендациям каждый рассматриваемый натуральный показатель коммерческого предложения определенного поставщика по оцениваемому критерию (далее — показатель коммерческого предложения) получает оценку в баллах (далее — балльная оценка показателя) по десятибалльной шкале. С этой целью показатели коммерческих предложений по определенному критерию ранжируются для всех поставщиков. Худшему показателю присваивается один балл, лучшему — десять баллов, а применение метода интерполяции в интервале 1–10 баллов позволяет определить балльную оценку данных показателей для остальных поставщиков.

При этом для показателей, поддающихся количественной оценке, балльная оценка j -го показателя для i -го поставщика определяется по следующей формуле:

$$B_{ij} = 1 + \frac{N_{ij} - N_{худj}}{N_{лучj} - N_{худj}} * (10 - 1)$$

где:

B_{ij} — балльная оценка оцениваемого j -го показателя для i -го поставщика;

N_{ij} — значение оцениваемого j -го показателя для i -го поставщика в натуральных единицах измерения;

$N_{худj}$ — худшее значение оцениваемого j -го показателя среди всех поставщиков в натуральных единицах измерения;

$N_{лучj}$ — лучшее значение оцениваемого j -го показателя среди всех поставщиков в натуральных единицах измерения.

Для показателей, не поддающихся количественной оценке, балльная оценка показателя определяется на основе метода экспертных оценок, который производит оценку также в интервале 1–10 баллов.

В дальнейшем, после проведения балльных оценок всех показателей коммерческих предложений всех поставщиков по всем критериям, итоговую балльную оценку коммерческого предложения i -го поставщика определяют по формуле:

$$B_{i\Sigma} = \sum_{j=1}^n \beta_j * B_{ij} \leq 10$$

где:

β_j — коэффициент удельного веса j -го критерия, отражающий относительную значимость критерия в соответствии с целями проводимой процедуры закупки, при этом сумма коэффициентов удельного веса всех критериев равна единице; n — число оцениваемых критериев.

Победителем признается поставщик, получивший по своему коммерческому предложению наибольшую итоговую балльную оценку.

Второй методикой является методика, представленная в «Практическом руководстве по проведению процедур закупок при проведении Европейским Союзом внешнеэкономической деятельности» (Practical Guide to contract procedures for European Union external actions), разработанном на основании Финансовых положений Европейского союза и Европейского фонда развития (EU and EDF Financial Regulations), далее — методика ЕФР ЕС.

Данная методика схожа с методикой Министерства экономики РФ и также предусматривает необходимость разработки критериев оценки коммерческих предложений с определением коэффициента удельного веса каждого критерия, необходимость проведения балльной оценки предложений каждого поставщика по каждому критерию, а также необходимость определения итоговой балльной оценки для каждого коммерческого предложения.

При этом основным отличием данной методики от методики Министерства экономики РФ являются иные формулы расчета балльной оценки j -го показателя для i -го поставщика для показателей, поддающихся количественной оценке.

Данная методика не присваивает автоматически один балл худшему значению показателя, а предусматривает расчет балльной оценки j -го показателя для i -го поставщика по следующим формулам:

— в случае, когда худшее значение показателя меньше его лучшего значения:

$$B_{ij} = 10 * \frac{N_{ij}}{N_{лучj}}$$

— в случае, когда худшее значение показателя больше его лучшего значения:

$$B_{ij} = 10 * \frac{N_{лучj}}{N_{ij}}$$

Остальной алгоритм расчета, а также используемые формулы аналогичны алгоритму и формулам методики Министерства экономики РФ.

Третьей методикой является усовершенствованная методика балльной оценки коммерческих предложений, которая совмещает в себе только положительные характеристики первых двух методик и лишена их недостатков.

Данная методика построена на том же алгоритме, который имеют обе рассмотренные методики, а единственным изменением станет изменение

математического аппарата расчета балльной оценки j -го показателя для i -го поставщика для показателей, поддающихся количественной оценке, который будет совмещать математические аппараты обеих рассмотренных методик.

Алгоритм данного расчета балльной оценки j -го показателя для i -го поставщика для усовершенствованной методики следующий:

1. Лучшему значению показателя среди коммерческих предложений всех поставщиков присваивается десять баллов. Худшему значению показателя среди коммерческих предложений всех поставщиков присваивается количество баллов, рассчитанное по следующим формулам:

— в случае, когда худшее значение показателя меньше его лучшего значения $N_{худj} < N_{лучj}$, используется следующая формула:

$$B_{минj} = 10 * \frac{N_{худj}}{N_{лучj}}$$

где:

$B_{минj}$ — балльная оценка j -го показателя, присваиваемое поставщику, предложившему худшее значение показателя среди коммерческих предложений всех поставщиков, $0 < B_{минj} < 10$;

— в случае, когда худшее значение показателя больше лучшего значения используется следующая формула:

$$B_{минj} = 10 * \frac{N_{лучj}}{N_{худj}}$$

2. Количество баллов для остальных показателей рассчитывается по следующей формуле:

$$B_{ij} = B_{минj} + \frac{N_{ij} - N_{худj}}{N_{лучj} - N_{худj}} * (10 - B_{минj})$$

В остальном алгоритм усовершенствованной методики полностью повторяет алгоритм рассмотренных методик.

Рассмотрим возможные махинации поставщиков на следующем примере.

Пример № 1.

Возьмем случай, при котором при оценке коммерческих предложений по критерию «Срок гарантии» 6 поставщиков представили свои предложения со следующими натуральными показателями (таблица № 1). При этом наибольший натуральный показатель предложения является наилучшим.

Таблица № 1.

Критерий	Поставщик					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6
Срок гарантии, мес.	12	12	18	20	22	24

Рассчитаем полученные поставщиками оценки по всем трем методикам и представим результаты в табличной форме (таблица № 2).

Таблица № 2.

Показатель	Поставщик					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6
Балльная оценка по методике Министерства экономики РФ, балл	1	1	5,5	7	8,5	10
Балльная оценка по методике ЕФР ЕС, балл	5	5	7,5	8,33	9,17	10
Балльная оценка по усовершенствованной методике, балл	5	5	7,5	8,33	9,17	10

Посмотрим, как изменится балльная оценка участников с учетом нового предложения Поставщика № 2 (таблицы № 3 и 4).

Таблица № 3.

Критерий	Поставщик					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6
Срок гарантии, мес.	12	48	18	20	22	24

Рассчитаем полученные поставщиками оценки по всем трем методикам и представим результаты в табличной форме, при этом укажем и предыдущее значение.

Таблица № 4.

Показатель	Поставщик					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6
Балльная оценка по методике Министерства экономики РФ, балл	1 (1)	10 (1)	2,5 (5,5)	3 (7)	3,5 (8,5)	4 (10)
Балльная оценка по методике ЕФР ЕС, балл	2,5 (5)	10 (5)	3,75 (7,5)	4,17 (8,33)	4,58 (9,17)	5 (10)
Балльная оценка по усовершенствованной методике, балл	2,5 (5)	10 (5)	3,75 (7,5)	4,17 (8,33)	4,58 (9,17)	5 (10)

Таким образом, по первой методике, которая оказалась самая неточная, после увеличения срока гарантии Поставщиком № 2 балльная оценка Поставщика № 1 не изменилась, а конкуренты получили значительно меньшие оценки.

По второй и третьей методике, после увеличения срока гарантии Поставщиком № 2, балльная оценка Поставщика № 1 уменьшилась в 2 раза, как и оценки конкурентов. Однако, в связи с тем, что первоначально оценка Поставщика № 1 была значительно ниже оценок конкурентов, то натуральное количество

баллов, которое потеряли конкуренты, больше количества баллов, потерянных Поставщиком № 1.

Такая же ситуация для критериев, для которых наибольший натуральный показатель предложения является наихудшим.

Пример № 2.

Возьмем случай, при котором при оценке коммерческих предложений по критерию «Срок поставки» 6 поставщиков представили свои предложения со следующими натуральными показателями (таблица № 5).

Таблица № 5.

Критерий	Поставщик					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6
Срок поставки, нед.	12	12	11	10	9	8

Поставщик № 1, исходя из тех же целей, выставляет предложение Поставщика № 2 с минимальным сроком поставки 1 неделя.

Таблица № 6.

Критерий	Поставщик					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6
Срок поставки, нед.	12	1	11	10	9	8

Рассчитаем, как изменится балльная оценка участников с учетом нового предложения Поставщика № 2 (таблица № 7). При этом также укажем и значение балльной оценки и для первоначального расчета.

Таблица № 7.

Показатель	Поставщик					
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6
Балльная оценка по методике Министерства экономики РФ, балл	1 (1)	10 (1)	1,82 (3,25)	2,64 (5,5)	3,45 (7,75)	4,27 (10)
Балльная оценка по методике ЕФР ЕС, балл	0,83 (6,66)	10 (6,66)	0,91 (7,27)	1 (8)	1,11 (8,89)	1,25 (10)
Балльная оценка по усовершенствованной методике, балл	0,83 (6,66)	10 (6,66)	1,67 (7,5)	2,5 (8,33)	3,33 (9,16)	4,17 (10)

Таким образом, получаем такую же ситуацию, когда по первой методике, самой неточной, после увеличения срока поставки Поставщиком № 2 балльная оценка Поставщика № 1 не изменилась, а конкуренты получили значительно меньшие оценки.

По второй методике, после увеличения срока поставки Поставщиком № 2, балльная оценка Поставщика № 1 очень значительно уменьшилась, как и оценки конкурентов. Однако, абсолютное изменение балльной оценки Поставщика № 1 составило $6,66 - 0,83 = 5,83$, что значительно ниже абсолютного изменения балльной оценки конкурентов, например, Поставщика № 6, которое составило $10 - 1,25 = 8,75$.

Третья методика оказалась совершенной для данного случая, когда наибольший натуральный показатель предложения поставщика является наихудшим, т. к. для всех участников уменьшение баллов произошло на одну и ту же величину: для Поставщика № 1 изменение составило $6,66 - 0,83 = 5,83$, для Поставщика № 3: $7,5 - 1,67 = 5,83$, для Поставщика № 4: $8,33 - 2,5 = 5,83$, для Поставщика № 5: $9,16 - 3,33 = 5,83$, для Поставщика № 6: $10 - 4,17 = 5,83$. Данный факт показывает, что внесение каких-либо чрезмерных изменений в диапазон натуральных величин показателей предложений участников не приведет к изменению разницы в полученной балльной оценке.

При этом данный случай является самым важным, т. к. самые весомые критерии всегда связаны со стоимостью, а это и есть случай, когда наибольший натуральный показатель предложения поставщика является наихудшим, а наименьший — наилучшим.

Таким образом, ни одна из трех методик балльной оценки не является абсолютно устойчивой к махинациям поставщиков. При этом наиболее точной является усовершенствованная методика.

В заключении стоит отметить, что всегда стоит обращать внимание на предложения участников, которые значительным образом по своим показателям выделяются из остальных и прежде чем проводить балльную оценку предложений поставщиков, необходимо удостовериться в намерении участника поставлять продукции на таких условиях и отсутствии сговора между участниками.

Panchuk Larisa Volodimirivna, SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

Панчук Лариса Володимирівна, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Multinationals as an object of international economic system

Транснаціональні корпорації як об'єкт міжнародної економічної системи

Розвиток транснаціональних корпорацій розпочався з утворення міжнародних фірм наприкінці XIX — на початку XX ст., коли процес концентрації