

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЦЕДУР ЗАКУПОК. МАХИНАЦИИ ПОСТАВЩИКОВ ПРИ БАЛЬНОЙ ОЦЕНКЕ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ УЧАСТНИКОВ ПРОЦЕДУРЫ ЗАКУПКИ

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

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

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

Выходом для заказчика в такой ситуации 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 претендует на получение контракта, а используется для завоевания основной компанией большей балльной оценки, а остальными участниками — меньшей.

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

Первая методика — методика Министерства экономики РБ, согласно ее рекомендациям каждый рассматриваемый натуральный показатель коммер-

ческого 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:

$$B_{ij} = 1 + \frac{N_{ij} - N_{\text{хв}}}{N_{\text{л}} - N_{\text{хв}}} * (10 - 1),$$

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;

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

$N_{\text{л}}$ — 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:

$$B_{ic} = \sum_{j=1}^n \beta_j * B_j \leq 10,$$

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.

Вторая методика — методика ЕФР ЕС.

Она схожа с методикой Минэкономики РБ 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 Минэкономики РБ 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:

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

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

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

Остальной алгоритм расчета, а также используемые формулы аналогичны алгоритму и формулам методики Минэкономики РБ.

Третья методика — усовершенствованная методика балльной оценки коммерческих предложений, которая совмещает в себе только положительные характеристики первых двух методик и лишена их недостатков. Она построена на том же алгоритме, который имеют обе рассмотренные методики, а

единственным отличием 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 — количество баллов, рассчитанное по следующим формулам:

– в случае, когда худшее значение показателя меньше его лучшего значения $N_{xy} < N_{xyj}$, используется следующая формула:

$$B_{xyij} = 10 * \frac{N_{xyij}}{N_{xyj}}$$

где:

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

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

$$B_{xyij} = 10 * \frac{N_{xyj}}{N_{xyij}}$$

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

$$B_{ij} = B_{xyij} + \frac{N_{ij} - N_{xyij}}{N_{xyj} - N_{xyij}} * (10 - B_{xyij})$$

В остальном алгоритм усовершенствованной методики полностью повторяет алгоритм рассмотренных выше.

Оценим 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 (табл. 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.

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

Допустим, Поставщики №1 и №2 «играют на одной стороне». Поставщик №1, который ставит своей целью получить присуждение ему контракта, желая уменьшить бальную оценку конкурентов по данному критерию, по которому у него нет конкурентного преимущества перед остальными участниками, выставляет предложение Поставщика №2 с нереальным сроком гарантии 48 месяцев.

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

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.

Показатель	Поставщик					
	№1	№2	№3	№4	№5	№6
Бальная оценка по методике Министерства экономики РБ, балл	1 (1)	10 (1)	2,5 (5,5)	3 (7)	3,5 (8,5)	4 (10)
Бальная 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)
Бальная 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 самой неточной, после увеличения срока гарантии Поставщиком №2 бальная оценка Постав-

щика №1 не изменилась, а конкуренты получили значительно меньшие оценки.

По второй и третьей методике, после увеличения срока гарантии Поставщиком №2, бальная 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 наилучшим.

Пример №2.

Возьмем случай, при котором при оценке коммерческих предложений по критерию «Срок поставки» 6 поставщиков представили свои предложения со следующими натуральными показателями (табл. 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.

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

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

Показатель	Поставщик					
	№1	№2	№3	№4	№5	№6
Бальная оценка по методике Министерства экономики РБ, балл	1 (1)	10 (1)	1,82 (3,25)	2,64 (5,5)	3,45 (7,75)	4,27 (10)
Бальная 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)
Бальная 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 точна усовершенствованная методика.

В заключение отметим, что всегда стоит обращать внимание на предложения участников, которые значительно выделяются по своим показателям из остальных, и прежде чем проводить балльную оценку предложений поставщиков, необходимо удостовериться в намерении поставлять продукцию на заявленных условиях и отсутствии сговора.

© Мороков Андрей Сергеевич

Аутсорсинг закупочной деятельности как результат ее аудита

В настоящее время в Республике Беларусь абсолютное большинство организаций осуществляет все виды своей деятельности с помощью стандартного механизма использования наемных работников. При этом под всеми видами деятельности понимаются как основной вид деятельности организации, например производство какого-либо продукта, так и неосновные, которые обслуживают основной в рамках существующих правил ведения хозяйственной деятельности: бухгалтерский учет, закупки и т.д.

Неосновные виды деятельности достаточно стабильно и успешно осуществляются в организациях в случаях, когда ими занимаются отдельные структурные подразделения, департаменты либо отделы. Например, закупочная деятельность осуществляется отдельным отделом и для специалистов такого отдела является основной.

Однако, когда закупками занимаются не специализированные отделы, а, например, технические специалисты иных отделов по причине малочисленности закупок

и, как следствие, нецелесообразности выделения отдельного структурного подразделения, то в таких случаях организацию могут ждать значительные негативные последствия. В связи с тем, что для такого работника закупочная деятельность не является основной, знаний и опыта в достаточном количестве он не имеет, то такая ситуация потенциально может привести к значительным нарушениям механизмов проведения процедур закупок и причинению материального ущерба компании.

В зависимости от типа организации и от того, чьи денежные средства такой специалист тратит при проведении процедур закупок, соответствующие проверки контролирующими органами способны выявить такие нарушения с дальнейшими последствиями согласно действующему законодательству.

Руководитель любой организации должен понимать, что такие объективные причины, как отсутствие у технического специалиста знаний и опыта в области проведения процедур закупок, а также субъективные причины (напри-