

УДК 336.532:655.1

*Л. П. Шендерівська**Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ»*

ОБГРУНТУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УЧАСТІ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНКУРСАХ НА ДЕРЖАВНІ ЗАКУПІВЛІ

Досліджується структура конкурсів на державні закупівлі поліграфічної продукції. Обґрунтовуються передумови, які є підставою для ініціювання змін нормативно-правової бази з урегулювання державних закупівель. Сформульовано принципи, дотримання яких учасниками торгів на державні закупівлі сприятиме підвищенню шансів на акцент їхньої конкурсної пропозиції.

Торги, конкурс на державні закупівлі, конкурсна пропозиція, мотивація, ринок збуту

Функціонування в ринкових умовах передбачає постійну боротьбу за ринок збуту. Одним із шляхів його розширення є виконання угод, які укладаються за результатами конкурсів на державні закупівлі. Недостатня поінформованість щодо реальної ситуації в сфері державних закупівель, застосування нерациональних підходів при формуванні політики участі у відповідних конкурсах призводять до втрати підприємствами потенціалу державних закупівель як джерела розширення ринкової ніші.

Аналітика нормативно-законодавчої бази, яка регулює державні закупівлі, представлена, зокрема, у працях В. Ю. Дмитрієва, Н. О. Обухової [1], М. Каменева [3], Н. Непряхіної [6], Я. Петруненко [7]. Питанням раціональної побудови процесу участі в конкурсах на державні закупівлі приділено увагу в працях О. Мінняло [4,5], Н. Ткаченко [12], М. Шпаченко [14].

Наукові пошуки фахівців присвячені виявленню недоліків процесів державних закупівель в Україні, вивченню передового зарубіжного досвіду. Разом з тим, комерціалізованою є ґрунтовна аналітика конкурсів на державні закупівлі поліграфічної продукції; не систематизовано принципи, урахування яких дозволило б досягти успішного результату участі в конкурсах на державні закупівлі.

Метою нашого дослідження є обґрунтування мотиваційного механізму участі підприємств поліграфічної галузі в торгах на державні закупівлі.

Функції держави в здійсненні закупівель за державні кошти є компліментарними: раціональне використання державних коштів, створення сприятливих умов для розвитку приватного сектора економіки, конкуренції [5, 12]. Це посилює відповідальність державних органів за встановлення і дотримання ефективного регламенту процедури державних закупівель. Для суб'єктів господарювання успішна участь у конкурсах на закупівлю за рахунок державних коштів може означати розширення ринку збуту, поліпшення ділової репутації. Умотивованість потенційних учасників конкурсів на державні закупівлі повинна базуватися на обізнаності зі структурою предметів конкурсів, знанні нормативно-правової бази, досвіді учасників конкурсів на державні закупівлі.

Потенційний ринок збуту для поліграфічних підприємств у сегменті державних закупівель формують, зокрема, ті лоти, по яких не були визначені переможці. За даними 2009 року, це 47 лотів. Про відносну пасивність і зневіру потенційних учасників в об'єктивності встановлення переможця конкурсів на державні закупівлі свідчить значна питома вага лотів, по яких було подано менше двох тендерних пропозицій, — 32%. Резервом для учасників також є лоти, по яких допущено менше двох тендерних пропозицій або відхилено всі тендерні пропозиції, — відповідно 26 та 30% загальної кількості лотів, по яких не були визначені переможці [2]. У структурі лотів, по яких не були встановлені переможці, переважають такі групи, як продукція друкована інша (28%), друкування книг (19%) і газет (15%). Незначною є частка лотів на тиражування рекламної продукції. Таким чином, друкарням, які роблять ставку на виготовлення якісної рекламної продукції (відповідно недешевої), не варто зосереджувати увагу на участі в торгах на державні закупівлі. Структура конкурсних лотів на державні закупівлі, по яких було встановлено переможців, наведена на рис. 1 (за опрацьованими первинними даними [2]).

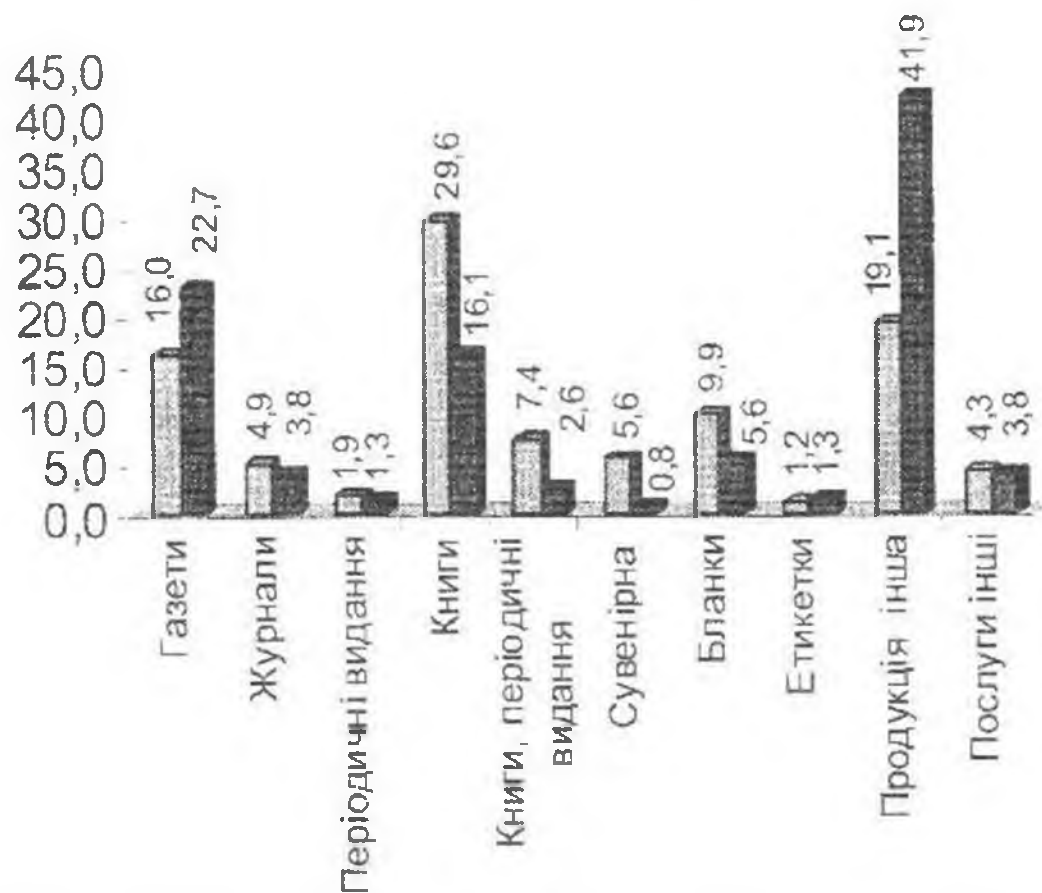


Рис. 1. Структура укладених угод на державні закупівлі поліграфічної продукції у 2009 році (у процентах):

□ за кількістю угод; ■ за вартістю угод

Отже, лідерами за часткою в загальних кількості лотів і вартості є замовлення на виготовлення книг, іншої продукції, газет і бланків. Перше місце за кількістю лотів посідають книги, за вартістю — інша друкована продукція.

За даними 2009 року, найрепрезентативніші замовники: ДП «Інформаційно-видавничий центр Державної податкової адміністрації України», Національний олімпійський комітет України, Міністерство охорони навколишнього

природного середовища України, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана» МОНУ, Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України — формували лоти переважно за рахунок робіт по друкуванню книг (вартість кожного лота понад 100 тис. грн). Це підтверджує значний потенціал державних закупівель для друкарень, які мають техніко-технологічні можливості щодо тиражування книг. Розвиток видавничої справи, протекціоністська політика держави сприятимуть збільшенню наразі лідируючого сегмента — книжкової продукції.

Обираючи ринковий сегмент, слід враховувати і масу доходу, який він може забезпечити. Рейтинг видів поліграфічної продукції, сформований на основі середньої вартості одного лота торгів на державні закупівлі у 2009 році наведено у табл. 1. Для уникнення штучного завищення результату при розрахунках не враховані угоди, суми яких на порядок перевищують традиційні для відповідних сегментів угоди.

Таблиця 1

Середня вартість одного лота торгів на державні закупівлі поліграфічної продукції в 2009 році (за опрацьованими первинними даними [2])

Вид поліграфічної продукції	Середня сума однієї угоди, тис. грн
Продукція друквана інша	1241
Газети	801,8
Етикетки	618,5
Послуги поліграфічні інші	500,7
Журнали	437,6
Періодичні видання	391,3
Бланки	318,9
Книги	308,1
Книги, періодичні видання	197,7
Сувенірна продукція	85,73
Усього	566,4

Як видно з табл. 1, найпривабливішим з позиції середньої вартості однієї угоди для поліграфічних підприємств є сегменти «продукція друквана інша» і «друкування газет». Перспективність сегмента виготовлення газет для друкарень обґрунтовується не лише великою кількістю лотів — однією з провідних позицій за середньою вартістю лота, а й відносною простотою поліграфічного виконання, передбачуваністю завантаження виробництва, низьким валютним ризиком стосовно цін на папір (використовується переважно вітчизняний папір).

Актуальним з точки зору інформаційного забезпечення потенційних учасників конкурсів на державні закупівлі є також вивчення розподілу конкурсних лотів на державні закупівлі за місцем постачання (табл. 2).

Ділова столиця України лідирує за кількістю конкурсних лотів на державні закупівлі в галузі поліграфії. До числа лідерів належать також регіони з високим ступенем ділової активності, хоча кількість лотів на порядок менша, ніж у Києві, у Дніпропетровській, Донецькій і Харківській областях. Донецька

область за середньою вартістю лота поступається регіонам України, АР Крим, Луганській області. Випередження Івано-Франківською областю не варто екстраполювати на майбутнє, адже в аналізованому періоді був оголошений лише один конкурс на державні закупівлі поліграфічної продукції.

За показниками 2009 року на прикладі угоди, де місцем постачання є Київ, встановлено, що 15% переможців торгів на державні закупівлі знаходяться в регіонах. Отже, підприємствам, які за місцерозташуванням не збігаються з місцем постачання продукції, не слід відкидати можливість участі та перемоги в торгах на державні закупівлі. Хоча істотніші шанси на перемогу в торгах мають поліграфічні підприємства, географічно близькі до місця постачання. Виходячи з того, що за кількістю торгів лідирує Київ, активізувати свою участь в них доцільно саме київським підприємствам.

Таблиця 2

**Розподіл конкурсних лотів на державні закупівлі
за місцем постачання в 2009 році [2]**

Територія	Структура за кількістю лотів, %	Рейтинг за кількістю лотів та середньою вартістю лота
Київ	57,7	1
АР Крим	2,4	5
Регіони України	3,0	3
Області:		
Дніпропетровська	6,0	2
Донська	4,8	7
Харківська	4,2	4
Закарпатська	3,6	12
Луганська	3,6	6
Львівська	3,0	9
Черкаська	3,0	12
Одеська	2,4	11
Полтавська	2,4	8
Вінницька	1,2	13
Запорізька	1,2	7
Київська	0,6	4
Чернівецька	0,6	10
Івано-Франківська	0,6	6

У 2009 році середня кількість конкурсних лотів у розрахунку на одного замовника — 1,73, а на одного суб'єкта господарювання-переможця — 1,66. Збіг по виграшу кількох лотів в одного замовника одним і тим же виконавцем спостерігався в 70% випадків. Але загалом питома вага замовників, які подавали на конкурс кілька лотів, незначна в загальній структурі замовлень (28%) (на основі опрацювання первинних даних [2]), тому вищезазначений показник не є прямим доказом необ'єктивного вибору переможців. У торгах на державні

закупівлі було п'ять великих гравців, з якими уклалися угоди на виконання трьох і більше лотів. Значна частка (63 та 23%) учасників стали переможцями, відповідно, по одному та двох лотах. Ці показники свідчать про конкурентні умови на ринку державних закупівель.

Одним із заходів обмеження конкуренції при участі в торгах на державні закупівлі є встановлення невеликого терміну з моменту опублікування оголошення про конкурс до відкриття конкурсних пропозицій на державні закупівлі. За статистикою по конкурсах на державні закупівлі поліграфічної продукції для 2% лотів цей інтервал становив менше 21 дня, для 30% — 21–29 днів. При регламенті згідно з Положенням про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти не менше 21 дня (в окремих випадках 14) на практиці процедура (для 68% лотів) займає 30 днів і більше. Фахівці нарікають і на недостатній проміжок часу з моменту акцепту до укладання договору. Адже відповідно до положення останнє допускалося не раніше ніж через п'ять днів після повідомлення учасників торгів. У 2009 році 32% угод по поліграфічній продукції уклалися упродовж дев'яти днів з моменту акцепту, 9% — на десятій день, решта (59%) — пізніше ніж через десять днів після акцептування [2]. Дана статистика свідчить про необхідність збільшення мінімального часу на укладання договору. Разом з тим доцільно відмінити гарантію виконання договору на державні закупівлі, бо вона передусім обмежує конкуренцію. Окрім того, знання її розміру (законодавчо встановленої максимально можливої пропорції до суми угоди) дозволяє визначити ціну за одиницю продукції (робіт, послуг), яку готовий заплатити замовник. Це не сприяє економії державних коштів на закупівлі.

Отже, політика регулювання державних закупівель потребує удосконалення. Позитивним зрушенням у даному напрямі є ухвалення в першому читанні проекту Закону України «Про здійснення державних закупівель» [10]. З прийняттям його втратить чинність Положення про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти [9]. Перший, порівнюючи з положенням, містить нововведення, які сприятимуть підвищенню довіри до інституту державних закупівель, зокрема:

1. Збільшиться мінімальний період часу від опублікування оголошення про конкурсні торги до розкриття пропозицій учасників (з 21, в окремих випадках 14, до 30 днів). Це сприятиме посиленню конкуренції, адже учасники матимуть більше часу для підготовки відповідної документації.

2. Орган оскарження наразі формуватиметься не лише з представників державних органів, а й за участю незалежних фахівців. Паритетність сприятиме підвищенню ступеня довіри учасників конкурсних торгів до об'єктивності розгляду скарг. Бажано, щоб нормою стало формування органу оскарження виключно за участю незалежних фахівців.

3. Подовження строку підписання договору з дня акцепту (не раніше ніж через 14 днів; згідно з Положенням про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти — не раніше як через п'ять днів з дня відправлення письмового повідомлення усім учасникам). Збільшення часу для оскарження сприяє підвищенню об'єктивності вибору переможця конкурсу.

4. Недискримінація іноземних учасників. Згідно з [9], іноземні учасники допускаються до участі в конкурсних торгах лише у випадку, якщо аналогічні товари не вироблялися в Україні. Основним мотивом було створення умов для збільшення доходів місцевих бюджетів [12]. Але дискримінація суперечила узгодженій, у т.ч. з Україною, у рамках Всесвітньої торговельної організації Угоді про державні закупівлі. Остання має на меті створення рівних умов для місцевих та іноземних учасників конкурсних закупівель [13].

5. Відміна преференційної поправки до ціни, яка збільшує шанси на перемогу підприємств громадських організацій інвалідів (де кількість інвалідів становить не менше 50% середньої облікової чисельності штатних працівників), у т.ч. не сприяє економії коштів при здійсненні державних закупівель, обмежувала конкуренцію.

Недолік проекту закону [10] полягає в зменшенні нижньої межі питомої ваги цінового критерію вибору переможця конкурсних торгів з 70 до 50%. Зниження рівня значимості економічного критерію в загальній оцінці не сприяє економії державних коштів, об'єктивності вибору переможця торгів. Дискусійними в проекті є:

1. Вилючення норми, яка передбачена положенням [9] і дозволяє здійснення закупівлі за державні кошти в представників виробників, дилерів, дистриб'юторів. Мотивація очевидна — зменшення ціни за рахунок економії на посередницьких витратах. Але досвідчений посередник вирішує комплекс питань, у т.ч. пов'язаних з дослідженням ринку, товаропросуванням [13].

2. Кваліфікаційний критерій — досвід виконання аналогічних договорів (також передбачений Положенням [9]). Вочевидь, даний критерій є передумовою конкурентоздатної ціни, якості, оперативності. Але не є справедливим для поліграфічних підприємств, які спроможні в короткий термін успішно здійснити технологічно споріднену диверсифікацію за наявності персоналу відповідної кваліфікації.

Аналіз результатів проведення конкурсів на державні закупівлі поліграфічної продукції, нормативного-правового урегулювання процесів державних закупівель дозволяє сформулювати принципи, дотримання яких учасниками підвищуватиме шанси на перемогу в торгах:

1. Оперативність — зменшення витрат часу на підготовку конкурсних пропозицій. Обумовлюється відносно невеликим нормативним проміжком часу з моменту оголошення до розкриття пропозицій, ймовірністю необхідності врахування змін, внесених замовником у документацію торгів. Оперативність має бути задекларована і реально досягнута учасником у строках виконання контракту.

2. Фінансова рівновага — наявність коштів, готовність вилучити їх з обороту. Обґрунтовується кваліфікаційним критерієм для учасників — відсутністю (наявністю) заборгованості за кредитами; необхідністю в окремих випадках надання учасником замовнику гарантій виконання договору про закупівлю; сплатою за предмет договору по факту виконання.

3. Поінформованість. Обізнаність щодо діяльності конкурентів і їхніх товарних пропозицій, взаємовідносин з контрагентами дозволить учасникові конкурсу сформулювати не лише конкурентоздатну конкурсну пропозицію, а й забезпечити інформацією за потреби оскарження торгів.

4. Адекватність портфеля замовлень підприємства предметів конкурсу на державні закупівлі. Готовність підприємства до диверсифікації товарного асортименту за рахунок нового виду продукції — предмета конкурсного торгу не є підставою для допуску його до конкурсу.

Участь поліграфічних підприємств у конкурсах на державні закупівлі здійснюється за допомогою алгоритму мотиваційного механізму (рис. 2).

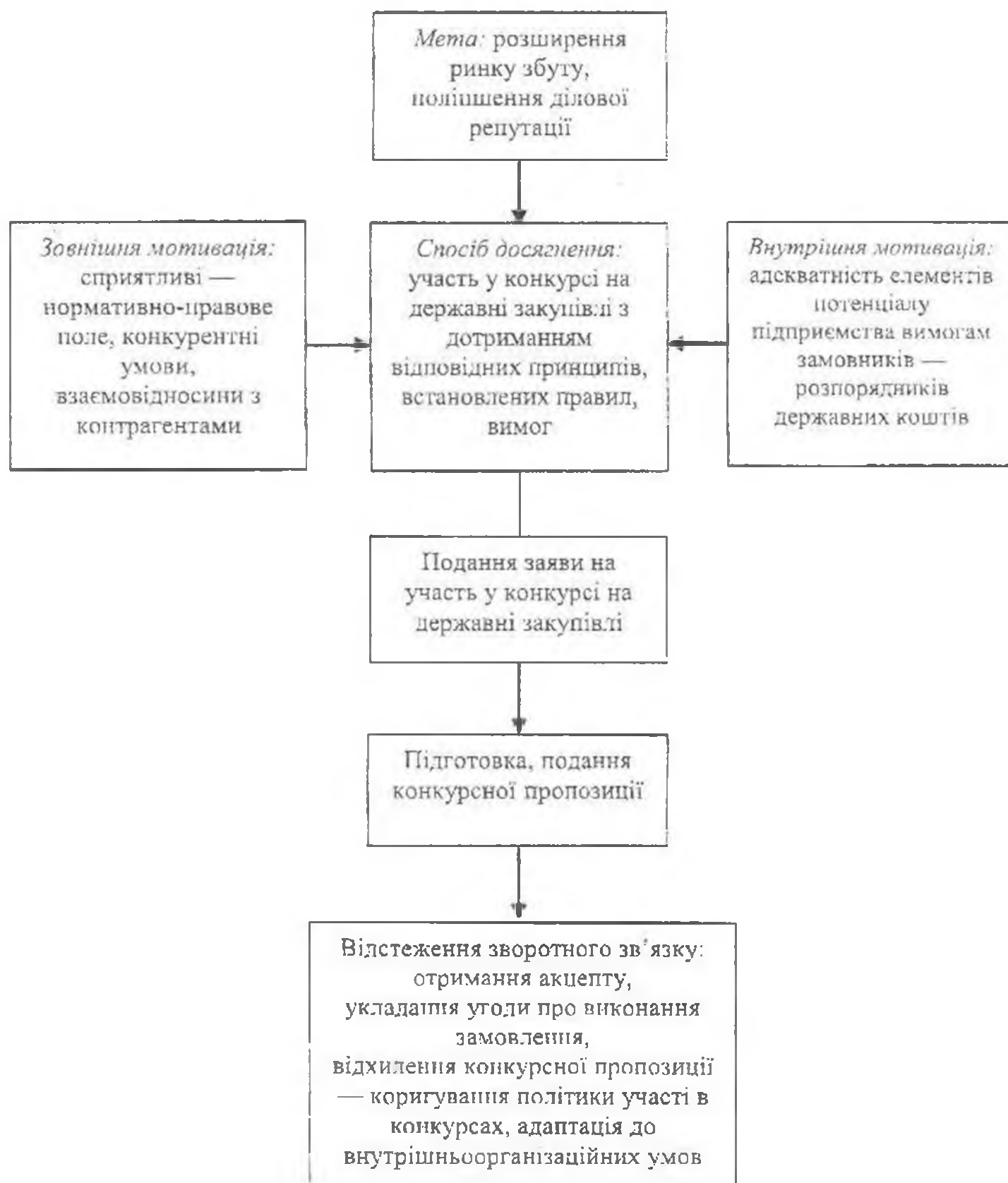


Рис. 2. Алгоритм мотиваційного механізму участі поліграфічних підприємств у конкурсах на державні закупівлі

Отже, якщо поліграфічне підприємство має недостатній ступінь завантаження виробничих потужностей або прагне максимально використовувати наявний ресурсний потенціал; відповідає кваліфікаційним критеріям, передбаченим нормативно-правовими актами у сфері державних закупівель; здійснює моніторинг ринку і може передбачити конкурсні пропозиції конкурентів; виготовляє продукцію, яка є в асортименті малого числа виробників, слід розглянути можливість участі у торгах на державні закупівлі.

З вищевикладеного випливають наступні висновки. Потенціал державних закупівель може бути успішно використаний насамперед тими поліграфічними підприємствами, які мають досвід виготовлення книжкової і газетної продукції, близькі за місцезнаходженням до місця постачання продукції, використовують гнучку політику ціноутворення та характеризуються фінансовою рівновагою.

На сучасному етапі не сприяють участі в конкурсах на державні закупівлі інфляція, нестабільність національної валюти та нормативно-правової бази, фінансове становище суб'єктів господарювання, необхідність здійснення додаткових витрат на підготовку конкурсної документації, ймовірність несвоєчасної сплати за виконання договору на державні закупівлі, недобросовісна конкуренція серед учасників.

Однак спостерігається удосконалення нормативно-правової бази, яка регулює діяльність у сфері державних закупівель, що створює сприятливий клімат для залучення більшого числа учасників торгів. Результат участі у торгах є критерієм конкурентоздатності цілісної соціально-економічної системи. Виконання угод на державні закупівлі поліпшує ділову репутацію, сприяє розширенню ринку збуту, можливо на довготривалу перспективу.

Напрямом подальших наукових досліджень може стати обґрунтування системи показників оцінки ефективності участі суб'єктів господарювання у конкурсах на державні закупівлі.

1. Дмитрієв В. Ю. Дослідження економічної ефективності застосування Закону України про тендерні закупівлі у вищих навчальних закладах / В.Ю. Дмитрієв, Н.О. Обухова // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. — 2007. — № 4. — С. 64–69. 2. Інформація оголошень на веб-порталі «Державні закупівлі» [Електронний ресурс]. — Режим доступу <https://tender.me.gov.ua/EDZFrontOffice/menu/uk/>. 3. Каменев М. Отсутствие денег мешает правительству поддерживать предпринимателей госзаказом / Каменев М. // Бізнес. — 2009. — № 9 (840). — С. 15–16. 4. Міняйло О. Організаційно-економічні засади здійснення державних закупівель / Міняйло О. // Вісн. Київ. нац. торгов.-екон. ун-ту. — 2009. — № 2. — С. 46–54. 5. Міняйло О. Тендерні пропозиції в системі державних закупівель / Міняйло О. // Вісн. Київ. нац. торгов.-екон. ун-ту. — 2007. — № 5. — С. 56–62. 6. Непряхина Н. Верховная Рада отцепила закон о закупках за государственные средства / Н. Непряхина // Коммерсантъ. — 2008. — № 49 (634). — С. 1,8. 7. Петруненко Я. Аналіз сучасного нормативно-правового забезпечення державних закупівель в Україні / Я. Петруненко // Юридичний радник. — 2008. — № 3. — С. 77–81. 8. Прищепа Е. Тендерные чудеса. Новый порядок закупок оставляет махинаторам простор для творчества / Е. Прищепа // Деловая столица. — 2008. — № 14 (360). — С. 5. 9. Про затвердження Положення про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти. Постанова Кабінету Міністрів України від 17 жовт. 2008 р. № 921 [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://zakon.rada.gov.ua/cgi->

bin.laws/main.cgi?nreg=921-2008-%EF&check=dCCMfOm7xBWM0cHEZitlVEcvH14f6s80msh8le

6. 10. Проект Закону України «Про здійснення державних закупівель»; внес. до 2-го читання, прийнятий на засіданні Верховної Ради 11.02.2010 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://www.rpp.com.ua/tender/2010/02/13/4/1618.html>. 11. Сметанин А. Не помнять бы тендерно шило на теневое мыло / А. Сметанин // Киевские ведомости. — 2008. — № 57 (4303). — С. 19. 12. Ткаченко Н. Б. Управління державними закупівлями: моногр. / Н. Б. Ткаченко. — К.: Книга, 2007. — 296 с. 13. Філіпова Н. О. Міжнародний тендер як ефективний метод просування високотехнологічної продукції вітчизняних підприємств / Н. О. Філіпова // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. — 2007. — № 5. — С. 112–117. 14. Шпаченко М. Систему госзакупок замыкают на Минэкономики / М. Шпаченко // Экономические известия. — 2008. — № 163 (926). — С. 10.

ОБОСНОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА УЧАСТИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНКУРСАХ НА ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ

Исследуется структура конкурсов на государственные закупки полиграфической продукции. Обосновываются предпосылки, являющиеся основанием для инициирования смен нормативно-правовой базы по урегулированию государственных закупок. Сформулированы принципы, соблюдение которых участниками торгов на государственные закупки будет способствовать повышению шансов на акцент их конкурентного предложения.

SUBSTANTIATION OF MOTIVATIONAL MECHANISM OF PARTICIPATION OF PRINTING ENTERPRISES IN COMPETITIONS ON THE STATE PURCHASING

The structure of competitions on the state purchasing of printing products is researched. Pre-conditions which are the foundation for initiative of changes normative-legal bases on the settlement of the state purchasing are grounded. The principles the observance of which on the state purchasing by participants will be instrument of auctions for increasing of chances on acceptance of their competitive suggestion are formulated.

Стаття надійшла 29.03.10