

ПІДГОТОВКА ЗІ СТВОРЕННЯ ПРИМІРНИХ СПЕЦИФІКАЦІЙ НА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ



СВІТЛАНА ІЛЬІНА

Керівник проекту Української Асоціації
Маркетингу «Prozorro – діалог з
фаховою спільнотою», директор
Компанії КВІКСТАРТ
sv@quickstart.com.ua

Українська Асоціація Маркетингу як профільна некомерційна громадська організація розпочала роботу зі створення примірних специфікацій на маркетингові дослідження для розміщення в Бібліотеці примірних специфікацій¹ ProZorro. ProZorro – це електронна система публічних закупівель, яка складається з державної центральної бази даних ЦБД, де публікуються оголошення про публічні тендери, доступ до інформації про які та участь в яких забезпечуються через численні акредитовані електронні майданчики. Офіційний веб-портал електронної системи публічних закупівель: www.prozorro.gov.ua

Те, що купується згідно Закону «Про публічні закупівлі», який діє з 1 квітня 2016 року², називається «предмет закупівлі» - товари, роботи чи послуги, що закуповуються замовником у межах процедури публічної закупівлі. Всі предмети закупівель розподіляються на «товари/

послуги» і «роботи». У Європейському Союзі, до вільної торгівлі з яким крокує Україна, використовується єдиний закупівельний словник CPV (Common Procurement Vocabulary)³, який з 1 січня 2017 року затверджено в Україні як класифікатор товарів, робіт і послугу для

сфери публічних закупівель - ДК 021:2015. У CPV товари, послуги і робота позначаються у вигляді восьмизначних номерів зі збільшенням рівня деталізації: XX000000 - розділ, XXX00000 - група, XXXX0000 - клас, XXXX000 - категорія і тд. За законом предмет закупівлі визначається за 4-м знаком: за ним перевіряючі органи визначають, чи не дробить замовник закупівлі у прагненні уникнути процедури публічних торгів. Чим більша глибина класифікації (кількість ненульових знаків), тим чіткіше конкретизується предмет закупівлі, що зручно для поділу закупівлі на лоти різних категорій товарів чи послуг.

У таблиці 1 наведені приклади кодів CPV, що відносяться до категорії маркетингових досліджень.

Закупівлі відбуваються у вигляді тендерів. Наведемо деякі цифри за 2016 рік:⁴

- через Prozorro закуплено товарів, послуг та робіт на суму понад 300 млрд грн;
- проведено 415000 тендерних процедур;
- 57307 тендерів на суму у 6 млрд грн пройшли лише з одним учасником;
- 75000 тендерів на 45 млрд грн було відмінено через відсутність пропозицій.

Останні дві цифри та емпіричний аналіз тендерів свідчать про наднизький рівень конкуренції на публічних торгах.

Ключові складові тендерної документації:

- інструкції щодо підготовки та оформлення учасниками своїх пропозицій;
- технічні вимоги до предмета закупівлі;
- кваліфікаційні вимоги до потенційних учасників разом з переліком документів на їх підтвердження;
- критерії і механізм оцінки поданих пропозицій;
- проект договору про закупівлю.

Як зазначається в матеріалах ProZorro, технічна специфікація – це інформація про необхідні технічні, якісні, функціональні та кількісні характеристики предмета

закупівлі. Технічні специфікації повинні надавати детальний опис товару, робіт або послуг чітким викладенням вимог до предмету закупівлі, і, по-друге, – забезпечити максимальну конкуренцію при проведенні процедури закупівлі.

Примірні специфікації – термін, що використовується на позначення технічної специфікації, яку замовник може брати за основу для врахування особливостей конкретної закупівлі. Примірні специфікації, на відміну від типових (що визначаються обов'язковими до виконання постановами та рішеннями органів виконавчої влади) специфікацій, не можуть бути обов'язковими, а слугують базою та орієнтиром для непрофесійних замовників.

Для маркетингових досліджень примірні специфікації можуть складатись із ключових ідентифікаторів, які впливають на формування ціни та якості послуги.

Держсектором найчастіше закуповуються такі маркетингові послуги:

- опитування клієнтів (наприклад, тендер Укрпошти в грудні 2016 р на дві хвили по 5100 опитувань)
- вивчення ринку туристичних послуг (наприклад, низка тендерів від управління туризму КМДА)
- послуги "таємного покупця" (наприклад, тендер Укрексімбанку в січні 2017 р).

Процес розробки примірних специфікацій маркетингових досліджень як стандартизації дослідницьких послуг ми розпочали з примірної специфікації на послугу “Mystery shopping” (альтернативні назви: рекламні та маркетингові послуги, таємний покупець, дослідження ринка, маркетингові послуги. Див. за посиланням <http://infobox.prozorro.org/specifications/product/368/view>)

Значення розробки фахових примірних специфікацій важко переоцінити. Відсутність визначених критеріїв призводить до ускладнень в процесі постановки

Таблиця 1

Приклади дослідницьких послуг з класифікатора CPV

79310000-0	Послуги з проведення ринкових досліджень	Market research services
79311000-7	Послуги у сфері опитувань	Survey services
79311100-8	Послуги з розробки програм опитування	Survey design services
79311200-9	Послуги з проведення опитувань	Survey conduction services
79311210-2	Послуги з проведення телефонних опитувань	Telephone survey services
79311300-0	Послуги з аналізу результатів опитування	Survey analysis services
79313000-1	Послуги з аналізу ефективності роботи персоналу	Performance review services
79315000-5	Послуги у сфері соціальних досліджень	Social research services
79320000-3	Послуги з опитування громадської думки	Public-opinion polling services
79330000-6	Статистичні послуги	Statistical services
79342000-3	Маркетингові послуги	Marketing services
79342100-4	Послуги прямого маркетингу	Direct marketing services
79342200-5	Промоційні послуги	Promotional services
79342300-6	Обслуговування клієнтів	Customer services
79342310-9	Послуги з опитування споживачів	Customer survey services
79342311-6	Дослідження рівня задоволеності споживачів	Customer satisfaction survey
79342320-2	Послуги з підтримки клієнтів	Customer-care services
79342321-9	Програми лояльності для клієнтів	Customer-loyalty programme

¹ Закон України «Про публічні закупівлі» [Електронне джерело]:Режим доступу:// <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/922-19> - Заголовок з екрану

² див. за посиланням: - <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/922-19>

³ CPV / CPS: simap.ted.europa.eu/cpv , NAICS: naics.com/search/ , CPC: unstats.un.org/unsd/cr/registry/cpc-2.asp

⁴ Дані публічних закупівель ДП «Прозорро»

Таблиця 2

**Примірна специфікація на послугу “Mystery Shopping”
(код CPV 79342311-6 - Дослідження рівня задоволеності споживачів)**

Характеристика	Приклади значень
Програмне забезпечення наявне у Виконавця	<ul style="list-style-type: none"> • Наявний веб-сайт для розміщення анкет онлайн • На веб-сайті наявні кілька рівнів доступу • На веб-сайті можливе налаштування надходження повідомлень про оприлюднення та редагування анкет онлайн • Розгляд рекламаций можливо проводити онлайн • На веб-сайті є можливість експорту даних анкет в Excel таблиці • На веб-сайті є можливість побудувати діаграми та аналітичні таблиці
Профіль таємного покупця	<ul style="list-style-type: none"> • Без особливостей • Чоловіки/жінки певного віку (межі віку від ___ до ___) • Чоловіки/жінки у співвідношенні ___%/___% • Дохід вище середнього / ___ • Споживачі товарів / послуг замовника (з / без надання бази реальних споживачів Замовника) • Володіють поглибленими компетенціями у сфері діяльності Замовника
Особливості здійснення візиту	<ul style="list-style-type: none"> • Консультація без здійснення покупки • Здійснення покупки • Здійснення та повернення покупки • Оцінка з розкриттям таємного покупця • Оцінка-провокація • Необхідність здійснення попереднього візиту / дзвінка або повторного візиту / дзвінка • Необхідність здійснення візиту з документами • Впровадження в колектив • Індивідуальний рейтинг – необхідність оцінити певного співробітника / в певний час
Включення вартості покупки / замовлення до вартості візиту	<ul style="list-style-type: none"> • Включена • Не включена
Кількість співробітників / відділів, що оцінюється за кожен візит, X/Y	<ul style="list-style-type: none"> • 1/1 • 2/4 • 3/5 • Інше: _____
Сума покупки таємним покупцем (грн)	_____ гривень
Надання артефактів проведеного дослідження	<ul style="list-style-type: none"> • Анкета • Аудіозапис • Чек на покупку • Фото порушень • Розміщення артефактів на веб-сайті замовника в електронному вигляді
Оперативність повідомлення результатів дослідження	Дані перевірки публікуються на веб-сайті Виконавця через ___ годин після завершення кожної оцінки

Характеристика	Приклади значень
Вимоги до ротації таємних покупців	<ul style="list-style-type: none"> • Стандартна ротація: 30% таємних покупців за одну хвилину • Один таємний покупець не може відвідувати одну і ту ж локацію частіше ___ разів за одну хвилину • Дані таємного покупця вносяться у електронну систему Замовника • Таємний покупець залучається одноразово за весь проект
Вимоги по звітуванню	<ul style="list-style-type: none"> • Щомісячне надання звіту за результатами візитів у форматі Excel • Щомісячне надання звіту за результатами візитів у форматі PowerPoint • Звіти з порівнянням показників • Рейтинг кращих / гірших локацій • Індивідуальний рейтинг продавців / консультантів • Детальний аналіз виконання стандартів обслуговування • Інше: _____
Кількість питань в анкеті	<ul style="list-style-type: none"> • До 20 • до 50 • до 100 • понад 100 • Інше: _____
Співвідношення закритих і відкритих питань	<ul style="list-style-type: none"> • 80% / 20% • Інше: _____
Інші параметри анкети	<ul style="list-style-type: none"> • Включає параметри об'єктивної і суб'єктивної оцінок • Порівняння з конкурентами • Інше: _____
Обсяг робіт / частота проведення досліджень	<ul style="list-style-type: none"> • ___ візитів на місяць • ___ візитів на хвилину • ___ візитів на рік • разове дослідження • періодичний аудит
Територіальне покриття	<ul style="list-style-type: none"> • Вся Україна • Обласні центри • Інші населені пункти у відсотковому співвідношенні
Покриття мережі Замовника	<ul style="list-style-type: none"> • Всі локації у хвилину • Вибіркові локації за завданням Замовника • Інше _____
Зворотній зв'язок	<ul style="list-style-type: none"> • Виділений менеджер • Оперативний зворотній зв'язок 24/7 • Фіксація листування за проектом
Додаткові вимоги	<ul style="list-style-type: none"> • Наявність мобільного додатку для клієнта / для таємного покупця • Наявність мобільної версії процесуального сайту • Наявність іншого спеціального програмного забезпечення • Заборона / обмеження на використання іншого спеціального програмного забезпечення

технічних вимог до предмету закупівлі, чи навіть, до помилкового визначення предмету закупівлі замовниками.

Типовими помилками або порушеннями тендерної документації, зокрема, є:

- встановлення вимог, що обмежують конкуренцію та призводять до дискримінації учасників;
- не зазначення вимог до складу і розрахунку ціни пропозиції, що унеможлиблює порівняння цін;
- встановлення необґрунтованих критеріїв оцінки пропозицій, не пов'язаних з предметом закупівлі.

Закон⁵ не містить визначення терміну «дискримінаційні вимоги». Отже встановлюючи вимоги до учасників замовник має самостійно проаналізувати, яким чином та чи інша вимога вплине на конкурентне середовище при закупівлі конкретного предмету закупівлі, наскільки вона обґрунтована, які нормативно-правові акти її регулюють та ретельно вивчити ринок можливих постачальників, надавачів послуг, виконавців. Іноді важко розмежувати об'єктивно необхідні, з точки зору замовника, вимоги до учасників та вимоги, які можуть бути розцінені як такі, що містять дискримінаційні ознаки.

Разом з тим слід зауважити, що вимоги, які обмежують конкуренцію та призводять

до дискримінації учасників, найчастіше стосуються:

- кваліфікаційних критеріїв (зокрема, безпідставні вимоги щодо наявності власної виробничої бази, необґрунтованих вимог щодо кількісних показників чисельності власного персоналу, кількісних та вартісних показників щодо досвіду виконання аналогічних договорів);
- встановлення безпідставних, необґрунтованих вимог щодо надання учасниками документів в складі пропозиції, що обмежує коло потенційних учасників (зокрема, підтвердження наявності заявленого обсягу товару на складі учасника, необґрунтовані вимоги щодо надання підтвердження статусу учасника як виробника товарів, досвіду роботи саме з бюджетними організаціями тощо);
- дискримінаційне визначення технічних вимог до предмету закупівлі (зокрема, безпідставного зазначення в технічній специфікації детальних параметрів товару певного виробника, що унеможлиблює поставку еквівалентного товару; посилення в технічній специфікації на певні технічні умови (ТУ) без наявності в учасника можливості отримання інформації, зазначеної в таких ТУ).⁶

Будемо вдячні за коментарі та фахові рекомендації. Підвищуймо якість товарів та послуг, що закуповує держава для громадян, разом! Долучайтеся до розробки примірних специфікацій, це спільна справа.

Ваші коментарі надсилайте, будь ласка, на електронну адресу sv@quickstart.com.ua з копією на Iryna.lylyk@kneu.ua

⁵ Закону «Про публічні закупівлі»

⁶ Дані публічних закупівель ДП «Прозорро»