



CENTRE OF
EXCELLENCE IN
PROCUREMENT

KSE

Kyiv
School of
Economics

Policy Brief

Використання Єдиного закупівельного словника (CPV) в Україні

Автори: Інна Меметова, аналітик Центру вдосконалення
закупівель Київської школи економіки
Наталя Шаповал, керівник Центру вдосконалення
закупівель Київської школи економіки



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA FOUNDATION

створено в рамках проекту
"Прозорість та підзвітність у
державному управлінні та
послугах" USAID, UKAID

Резюме

Постановка проблеми. Аналіз опитування замовників та постачальників (розділ Аналіз анкет) щодо використання Єдиного Закупівельного словника (CPV) виявив складнощі у використанні та визначенні предмету закупівлі за допомогою державного класифікатора відповідно до норм чинного регулювання. Відповіді опитаних вказують на те, що фактично CPV не виконує покладених на нього функцій інформування та класифікації закупівель, що створює додаткові інформаційні бар'єри та адміністративні витрати для обслуговування процедур.

Контекст. Регуляторну основу, що зобов'язує замовників використовувати державний класифікатор на етапі планування власних потреб складають Наказ №454 Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 17.03.2016 про порядок визначення предмету закупівлі, ЗУ «Про публічні закупівлі» та Наказ №490 МЕРТУ від 22.03.2016 (в частині визначення форми річного плану). Існуючі правила визначення предмету закупівлі не забезпечують детального опису товарів/послуг та робіт (адже не вимагають максимально детального коду в ієрархічному дереві). Подальше дослідження спрямовано на оцінку відповідних правил та можливостей покращення функціональної ефективності державного класифікатора товарів, послуг та робіт.

Результат дослідження. В результаті дослідження виявлено, що більш детальний код CPV дає кращий опис потреби в закупівлі, покращує та полегшує взаємодію основних учасників процесу закупівлі. Замовники, використовуючи глибший код державного класифікатора, краще інформують потенційних постачальників, як на рівні планів, так і за фактично оголошеною закупівлею. Деталізація коду до товарного рівня потенціо зменшує кількість помилок при групуванні за класами для потреб планування, а також може полегшити облік матеріально-технічних запасів. Учасник, в свою чергу, шукаючи за кодом ДК (на порталі Прозорро або за підпискою), охопить всі релевантні для нього закупівлі з найменшими зусиллями. Крім того, використовуючи найглибший код CPV за результатами взаємодії замовників та учасників всі зацікавлені сторони зможуть здійснювати якісний ринковий аналіз на товарному рівні та використовувати його для покращення та підвищення ефективності функціонування електронної системи в цілому (публічний контроль, обґрунтована очікувана вартість та цінові пропозиції тощо).

Рекомендації. Визначати предмет закупівлі за найбільш детальним кодом державного класифікатора (найглибшим в ієрархічному дереві)

ДК в Україні

Перший державний класифікатор товарів та послуг [ДК 016-97](#) набув чинності 01.01.1999 року, припинивши дію "Общесоюзного классификатора промышленной и сельскохозяйственной продукции" в Україні. ДК 016-97 був складовою частиною Державної системи класифікації і кодування техніко-економічної та соціальної інформації та розроблений відповідно до [постанови](#) Кабінету Міністрів України "Про Концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку і статистики". Класифікатор мав ієрархічну шестирівневу структуру: перші дві цифри описували розділ XX, перші три групи XX.X, перші чотири клас XX.XX, перші п'ять – категорію XX.XX.X, шість підкатегорію XX.XX.XX, сім – тип XX.XX.XX.XXX. ДК було гармонізовано із Європейською класифікацією продукції та послуг за видами діяльності (CPA) та частково гармонізовано (розділи 13 – 36) з Переліком промислової продукції (PRODCOM).

На зміну ДК 016-97 з 01.01.2012 року набув чинності державний класифікатор [ДК 016:2010](#). Він також побудований за ієрархічною структурою, що повторює ДК 016-97, але має більш розгалужену та доповнену структуру. Відповідний класифікатор гармонізовано із Статистичною класифікацією продукції та послуг за видами діяльності (CPA) редакції 2008 року та Переліком промислової продукції Європейського Союзу (PRODCOM) редакції 2008 року.

З першого січня 2016 року набув чинності Державний класифікатор [ДК 021:2015](#) – Єдиний закупівельний словник (ЄЗС). ЄЗС згармонізований з європейським закупівельним словником Common Procurement Vocabulary (CPV), складається з основного та додаткового словників, які є автентичними перекладами CPV, у редакції додатка I до Регламенту ЄС N 2195/2002 Європейського Парламенту і Ради та поправок до додатка I згідно з Регламентом Комісії ЄС N 213/2008.

Історія

CPV - адаптований класифікатор для потреб публічних закупівель

CPV (Common Procurement Vocabulary, початково Community Procurement Vocabulary) заснований на номенклатурі Класифікації продукції за видами діяльності (Classification of Products by Activity - CPA). CPA, в свою чергу, був побудований на основі двох класифікаторів, Класифікації основних продуктів (Central Product Classification - CPC), який є міжнародною номенклатурою, розробленою Організацією Об'єднаних Націй для моніторингу світової торгівлі і на основі Міжнародної стандартної галузевої класифікації (International Standard Industrial Classification - ISIC), розробленим Організацією Об'єднаних Націй для класифікації економічної діяльності. CPA був розроблений як система шестизначного коду для забезпечення класифікації продуктів для Європи, що найкраще підходить для європейських потреб. Остаточний варіант CPA був створений в серпні 1992 року.

Тим не менш, CPA не був достатньо докладним для цілей державних закупівель, бо він не був в змозі забезпечити адекватний опис робіт / товарів / послуг, що були потрібні замовникам. CPA був обраний в якості основи для CPV в основному тому, що добре підходив для промислової структури Європейського співтовариства.

У першій версії CPV, опублікованій в 1993 році, числова частина кодів була збільшена з шести до восьми цифр і був включений список додаткових кодів. Другий варіант CPV був випущений в червні 1994 року. Одною з найбільш істотних змін у другій версії було додавання контрольної цифри, відокремленої від перших восьми цифр для уникнення помилок.

З 1993 року Загальний словник закупівель зазнав ряд змін, в основному між 1996 і 1998; 1998 і 2001 роками і останні зміни в період між 2004 і 2007 роками. В ході них були введені нові коди і підрозділи, а існуючі видалені або перенесені та згруповані до інших.

Початково CPV був наданий в рамках рекомендацій Європейської Комісії і використання CPV було лише рекомендацією замовникам при публікації оголошення про закупівлю. Перша регламентація CPV (CPV Regulation 2195/2002) була прийнята в грудні 2002 р. Постанова № 2151/2003 зробила використання CPV обов'язковим з 16 грудня 2003 року.

У період між 2004 і 2007, CPV був переглянутий для того, щоб змінити структуру орієнтовану на матеріали на структуру орієнтовану на товари. Додатково підрозділи CPV були змінені з метою раціоналізації ієрархії.

Структура

CPV має ієрархічну деревоподібну структуру. Розгалуженість (максимальна глибина) для кожної гілки різна та зменшується із заглибленням ієрархічної структури. Частина кодів не мають класу – визначаються за 3м знаком.

Поточна версія CPV складається з головного і додаткового словника, переведеного на 22 офіційні мови ЄС.

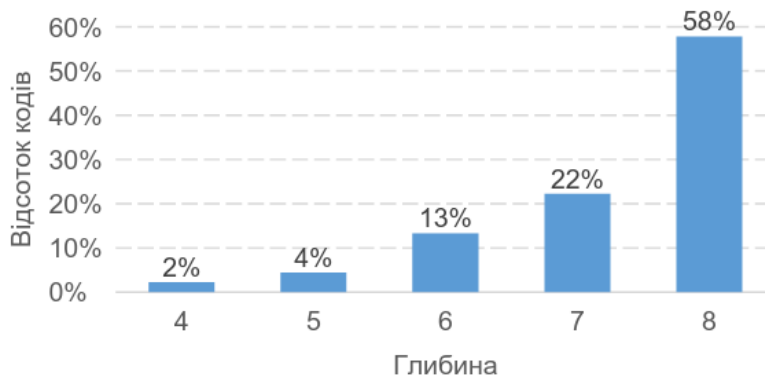
Головний словник налічує 9458 (9457+ код "Невизначено") кодів, описуючи товари, роботи і послуги, які зазвичай використовуються в закупівлях. Структура являє собою дев'ятизначний код, остання цифра якого є контрольною цифрою. Перші дві цифри складають підрозділ (макс 99), кожна наступна визначає групу, клас та категорію відповідно, а останні три цифри визначають підкатегорію. Нулі розміщуються серед перших двох цифр, коли і вони вказують розряд та у разі відсутності більш глибокого поділу класифікації за ієрархічним деревом.

Підрозділ	35000000-4	Охоронне, протипожежне, поліцейське та оборонне обладнання
Група	35100000-5	Аварійне та охоронне обладнання
Клас	35110000-8	Протипожежне, рятувальне та захисне обладнання
Категорія	35112000-2	Рятувальне та аварійне обладнання
Підкатегорія	35112100-3	Тренувальні манекени для відпрацювання аварійних ситуацій

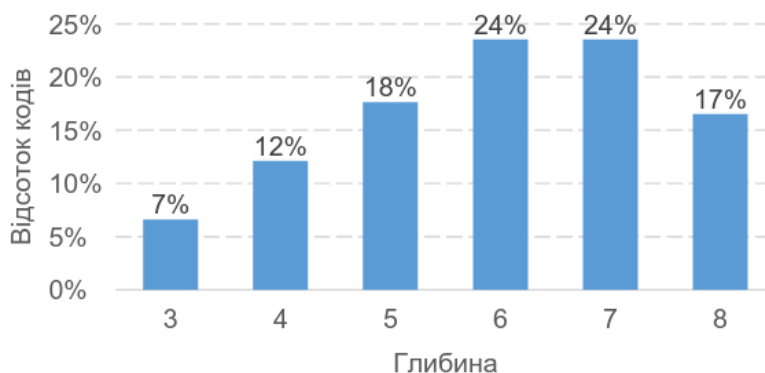
Кількість кодів в розрахунку на рівень ієрархії збільшується до рівня підкатегорії CPV за шостим знаком. Розгалуження за ієрархічною структурою зменшується з заглибленням ієрархічного дерева – на один підрозділ в середньому припадає 6 груп, тоді як на кожен категорію лише одна підкатегорія CPV за шостим знаком.

Ієрархія	Кількість кодів	Кількість кодів в розрахунку на вищий рівень ієрархії
Підрозділ	45	
Група	272	6.04
Клас	1,003	3.69
Категорія	2,381	2.37
Підкатегорія (CPV 6)	3,140	1.32
Підкатегорія (CPV 7)	1,811	0.58
Підкатегорія (CPV 8)	805	0.44
Всього	9,457	

Більшість дерев підрозділів мають найглибшу ієрархію (максимальна глибина більшості кодів підрозділів 8), тоді як за 3м знаком CPV в групах існують коди (7%), що не мають класу (найглибший знак третій) – розгалуження ієрархічного дерева по мірі поглиблення структури є різним.



Розподіл кодів із відповідною глибиною для 45 підрозділів



Розподіл кодів із відповідною глибиною для 272 груп

Інші класифікатори

Три найбільш поширених класифікатора товарів та послуг найчастіше використовують для комерційних закупівель, регламент їх використання не є обов'язковим серед країн ЄС.

eCI@ss

eCI@ss є міжнародним стандартом для класифікації та опису товарів. Він включає в себе товари з різних

промислових секторів та галузей. Робоча група eCl@ss була створена у 1999 році великими німецькими компаніями (в основному в хімічній промисловості) і німецькими промисловими асоціаціями. eCl@ss є міжнародною асоціацією, що базується в Німеччині, яка була заснована в листопаді 2000 року і взяла на себе відповідальність за стандартизацію класифікації та опису товарів і послуг.

eCl@ss - ієрархічна система для групування матеріалів, товарів і послуг, відповідно до логічної структури з рівнем деталізації, що відповідає властивостям конкретного продукту. Продукти та послуги можуть бути віднесені до ієрархічної чотирьохступінчатої класифікації. Модель даних eCl@ss розроблена таким чином, що продукти і послуги класифікуються виключно на рівні товарного класу (останнього 4 рівня). Класи класифікації описані з 8-значною кодовою назвою: перші дві цифри ідентифікують сегменти, другі дві цифри визначають основні групи, треті дві цифри визначають групи, четверті дві цифри визначають товарні класи.

GPC

Глобальна класифікація товарів (GPC) є обраною GS1 (Global Standards One) стандартною обов'язковою системою класифікації для Глобальної мережі синхронізації даних (GDSN).

У 1999 році Рада Добровільної Міжгалузевої Асоціації Комерційних Рішень (VICS), яка розробляє рішення для підвищення ефективності в ланцюгу постачання, розпочала розробку стандарту продуктової класифікації. У тому ж році, UCC (Рада Єдиного Кодування) (тепер GS1) схвалила проект продуктової класифікації. Ці дві ініціативи об'єдналися для розробки класифікації продуктів харчування і напоїв. У 2001 році ця ініціатива стала глобальною.

GS1 є власником системи класифікації GPC. GS1 «є нейтральною, не комерційною організацією, яка сприяє співробітництву між торговими партнерами, організаціями і постачальниками технологій, використовуючи стандартизовані механізми класифікації»

GPC - гібридна ієрархічна система, яка включає в себе чотири рівні: перші дві цифри ідентифікують сегмент, другі дві цифри ідентифікують сім'ю, треті дві цифри ідентифікують класи, четвертий рівень ієрархії складається з 3 з восьми цифр.

UNSPSC

Класифікація товарів та послуг ООН (UNSPSC) є глобальним багатосекторним стандартом для класифікації товарів і послуг.

UNSPSC була введена в 1998 році компанією [Dun and Bradstreet](#) як власний код класифікації, що мав назву SPSC (Стандарт коду товарів та послуг). У 1998 році він був об'єднаний з UNCCS (Системою кодування товарів ООН) Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (UNDP).

З 2003 року система UNSPSC підтримуються GS1, який виступає в якості постачальника рішення.

UNSPSC є ієрархічною класифікацією з п'ятьма рівнями: перші дві цифри ідентифікують сегмент (XX000000); другі дві цифри ідентифікують сім'ю (--XX0000); треті дві цифри визначають класи (----XX00) четверті дві цифри ідентифікують товари (-----XX).

Функції CPV:

- Сприяння прозорості, конкуренції на ринках публічних/державних закупівель;

Використання уніфікованих кодів спрощує облік, контроль та моніторинг закупівель для всіх безпосередніх учасників закупівельного процесу, дає можливість згрупувати закупівлі за ринковою приналежністю для подальшого аналізу. Використання класифікатора стандартизує закупівлі та, за умови відкритого доступу до даних в межах закупівельної системи, спрощує пошук для потенційних учасників. Зменшення інформаційних бар'єрів робить закупівельних механізм привабливим для більшої кількості учасників, що потенційно може підвищити рівень конкуренції.

- Забезпечення спільної основи для визначення потреб в закупівлях для замовників;

Регуляторну основу, що зобов'язує замовників використовувати державний класифікатор на етапі планування власних потреб складають [Наказ](#) №454 Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 17.03.2016 про порядок визначення предмету закупівлі, [ЗУ](#) «Про публічні закупівлі» та [Наказ](#) №490 МЕРТУ від 22.03.2016 (в частині визначення форми річного плану). На основі групування очікуваної вартості планових закупівель за 4 знаком закупівельного коду з урахуванням типу замовника (загальний чи в окремих сферах) відбувається поділ на допорогові (додаток до річного плану) та надпорогові (річний план) закупівлі та визначення закупівельної процедури. Технічну уніфікацію форм річного плану та додатку до річного плану здійснюють торгівельні майданчики – для розголошення відповідної інформації про планові закупівлі замовник заповнює форми на майданчику, що відображаються на порталі prozorro.gov.ua

- Полегшення ідентифікації можливостей участі в закупівлях для постачальників;

Використання уніфікованого коду полегшує пошук релевантних закупівель (на етапі планування і оголошення). Пошук закупівель може здійснюватись вручну, через закупівельний портал або шляхом

підписки на розсилку активних закупівель за визначеним CPV кодом.

- Сприяння міжкордонній взаємодії між учасниками на ринку закупівель, оскільки уніфіковані коди CPV та переклад на всі офіційні мови ЄС полегшує пошук за предметом закупівлі.

Відповідно до [звіту](#) GPA в системі ProZorro за відповідною угодою було завершено 4.29 тис процедур для більш ніж 3% всіх замовників за участю як резидентів, так і нерезидентів в якості учасників.

Аналіз використання CPV в межах електронної системи ProZorro

Система публічних закупівель України використовує 57%¹ кодів, що представлені в головному словнику CPV. Найбільш вживаними кодами² є Фармацевтична продукція, Електрична енергія, Пара, гаряча вода та пов'язана продукція, Нафта і дистилати.

Також було досліджено, які коди використовували замовники при оголошенні закупівель протягом серпня-грудня 2016 року порівняно із січнем-квітнем 2017 року. Протягом 2016 року основним класифікатором, за яким визначався предмет закупівлі був ДК 016:2010, ЄЗС виступав як допоміжний класифікатор і відповідно до положення для окремої закупівлі мав визначатися за третім-п'ятим знаком CPV. В 2017 році CPV став основним класифікатором для визначення предмету закупівлі (відповідно до положення предмет закупівлі має визначатися за четвертим знаком CPV). Більшість закупівель 2016 року припадає на п'ятий знак CPV, більшість закупівель 2017 року має глибину четвертого знаку - розподіл закупівель за глибиною відповідає регуляторним актам, дійсним на момент оголошення процедур.

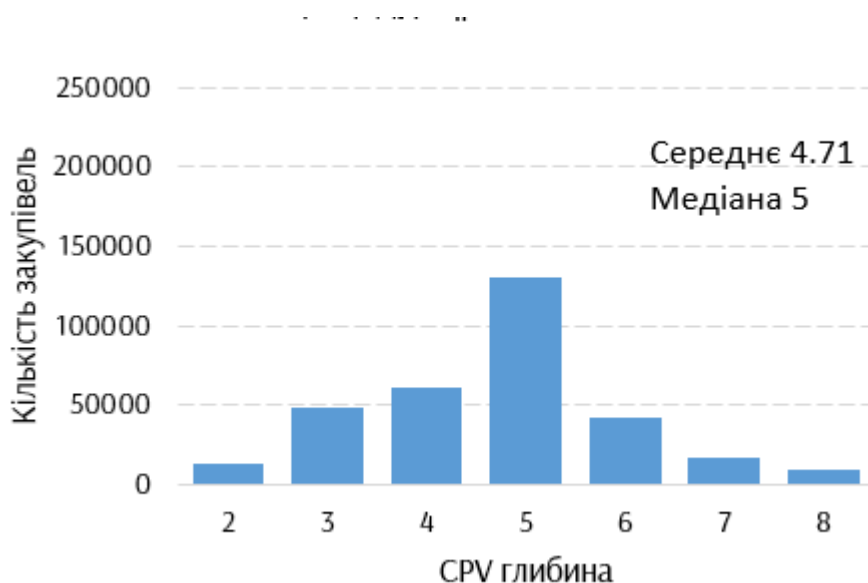


Рис. Розподіл закупівель за глибиною кодів для оголошених товарів/послуг робіт, 2016 рік

¹ 5434 з 9458 кодів станом на 17.06.2017

² 33600000-6 Фармацевтична продукція, 09310000-5 Електрична енергія, 09320000-8 Пара, гаряча вода та пов'язана продукція, 09130000-9 Нафта і дистилати

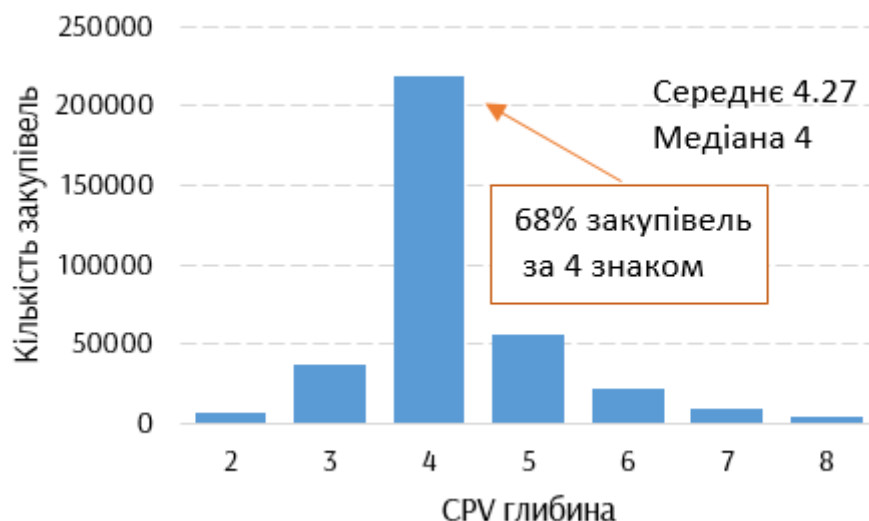


Рис. Розподіл закупівель за глибиною кодів для оголошених товарів/послуг робіт, 2017 рік

Враховуючи, що кожне ієрархічне дерево має різну глибину, доцільніше дивитися на те, наскільки глибоко в порівнянні з максимально можливою глибиною було визначено знак CPV. Вважаючи, що максимально глибокий знак найбільш повно описує потребу, найкращим варіантом є концентрація розподілу біля нульової різниці фактичної глибини та максимально можливої. В 2016 році відповідне припущення виконується – кількість закупівель з недетальним (де різниця більша за нуль) CPV зменшується із збільшенням різниці в глибині, але в 2017 році більшість закупівель могли б бути визначені за більш детальним знаком CPV.

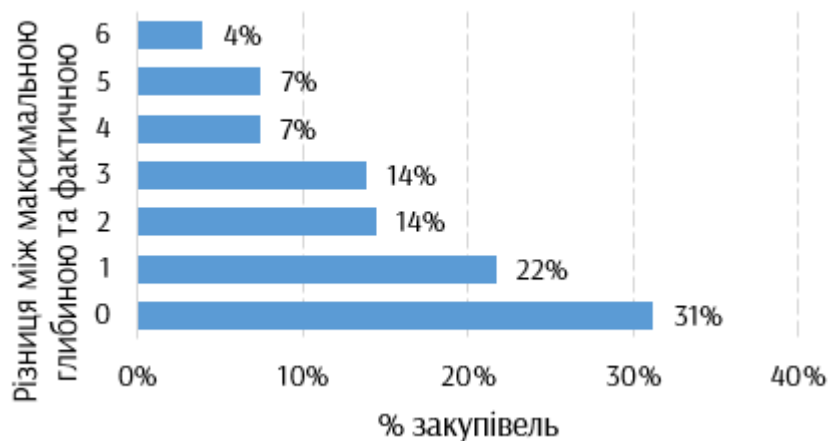


Рис. Розподіл закупівель за різницею між максимальною глибиною дерева та фактичною при оголошенні закупівель товарів/послуг робіт, 2016 рік

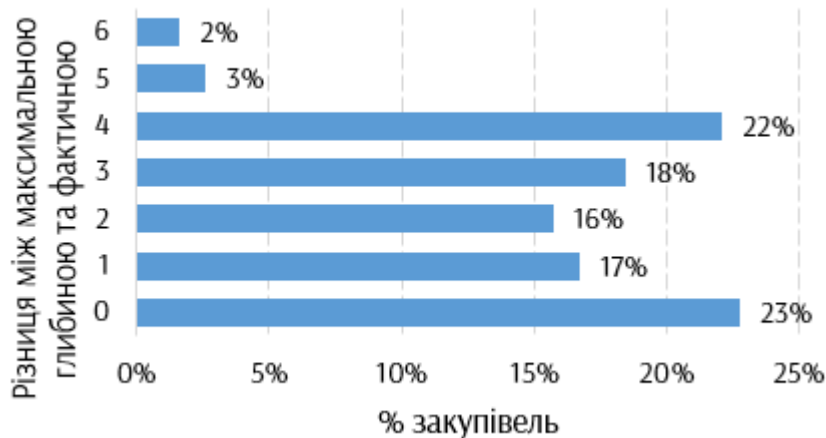


Рис. Розподіл закупівель за різницею між максимальною глибиною дерева та фактичною при оголошенні закупівель товарів/послуг робіт, 2017 рік

Більш глибокий CPV код дозволяє точніше описати потребу

Переваги для замовників

1. Дозволяє краще інформувати потенційних учасників через канал підписки на оголошення за відповідним кодом.

Ми перевірили гіпотезу, що для конкурентних процедур існує кореляція між фактом успішної процедури та глибиною знаку CPV- успішні закупівлі мають глибший CPV код або меншу різницю між максимальною та фактичною глибиною. Враховуючи, що значна кількість закупівель оголошується за 4м знаком відповідно до положення про визначення предмету закупівлі, ми брали до розгляду тільки ті, що були визначені не за 4м знаком. Описовий аналіз підтвердив нашу гіпотезу - протягом січня-травня 2017 року успішні процедури мають більш детальний CPV код.

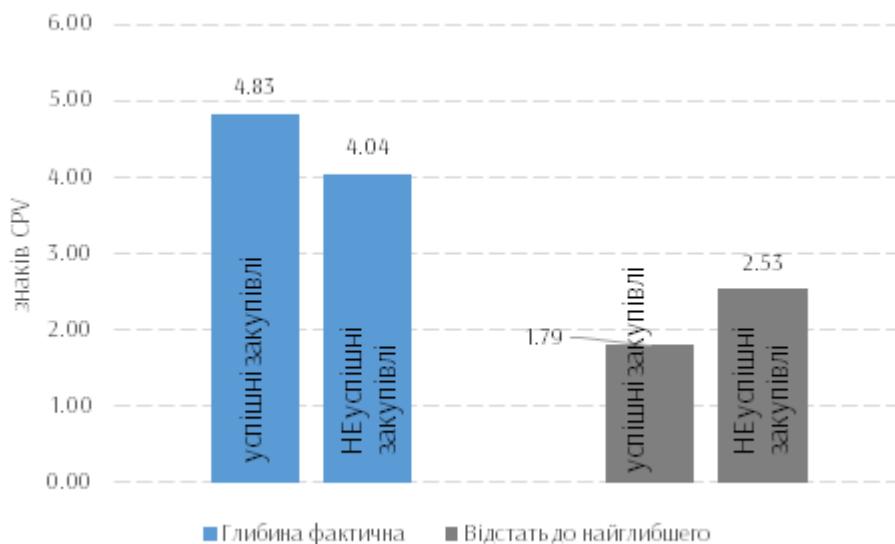


Рис. порівняння глибини використання CPV в успішних процедурах та неуспішних

2. Дозволяє уникнути помилок при групуванні за класами, а отже при визначенні типу процедури закупівлі (допорогові/надпорогові) на етапі планування.

За рахунок того, що узагальнений клас не відображає основної сутності потреби, замовник може помилитись при визначенні класу або при повторюваних закупівлях віднести один й той самий предмет закупівлі до різних класів CPV. Наприклад, починаючи з 2017 року навіть цибулю закуповують за різними класами. Перевірити це можна скориставшись [онлайн-інструментом пошуку CPV](#) коду за описом товару "цибуля"

CPV-код	Зустрічається	Назва за CPV	Чи є глибший CPV?	Варіанти
15800000-6	14	Продукти харчування різні	Так	
15331000-7	4	Оброблені овочі	Так	
15330000-0	32	Оброблені фрукти та овочі	Так	
15300000-1	12	Фрукти, овочі та супутня продукція	Так	
15000000-8	28	Продукти харчування, напої, тютюн та супутня продукція	Так	
03221300-9	6	Листкові овочі	Так	
03221113-1	174	Цибуля	Ні	
03221110-0	15	Коренеплідні овочі	Так	
03221100-7	12	Коренеплідні та бульбоплідні овочі	Так	
03221000-6	170	Овочі	Так	
03220000-9	863	Овочі, фрукти та горіхи	Так	
03200000-3	40	Зернові культури, картопля, овочі, фрукти та горіхи	Так	
03130000-1	2	Сільськогосподарські культури для виробництва напоїв і прянощів	Так	
03000000-1	26	Сільськогосподарська, фермерська продукція, продукція рибальства, лісівництва та супутня продукція	Так	

Рис. Ілюстрація того, що один предмет закупівлі визначають за різними класами CPV

За даними планів, що опубліковані за період січень-травень, третина замовників (28% з 26 тис замовників) в системі ProZorro неправильно визначає поріг і відповідно процедуру закупівлі. Враховуючи, що поріг визначається за сумою очікуваної вартості за 4 знаком CPV, ймовірно, що частина помилок при визначенні порогу пов'язана з неоднозначним та помилковим визначенням коду державного класифікатора.

3. Оптимізує інтеграцію планування та обліку матеріально-технічних запасів

Зазвичай інвентаризація та облік матеріально-технічних запасів здійснюється на рівні окремих номенклатур. Враховуючи, що частина процесу планування потреб замовником має базуватись на оцінці товарно-матеріальних запасів, доцільно мати однозначну відповідність класифікатора для обліку та планування на товарному рівні. Відображення плану на агрегованому рівні не дає можливості практично оцінити фізичний обсяг кожного товару окремо, що ускладнює управління та контроль за придбаними товарами/послугами та роботами.

4. Полегшує моніторинг та аналіз ринку.

Детальний код державного класифікатора дає можливість зробити чіткий поділ на ринки окремих товарів, послуг та робіт, що в свою чергу полегшує моніторинг відповідного ринку та його учасників. Такий моніторинг може визначити потенційних постачальників та рівень їх активності, дати можливість порівнювати закупівлі схожих замовників, визначити ціни та їх динаміку для здійснення планування.

Переваги для учасників:

1. Зручний пошук за CPV в планах замовників - шукати за уніфікованими кодами завжди легше.
2. Релевантні оголошення про закупівлю через підписку на CPV.

Майданчики пропонують зареєстрованим учасникам отримувати оповіщення про оголошені закупівлі за обраним кодом CPV. Підписуючись на менш детальний CPV учасник отримує значно більше листів-оповіщень з меншою ймовірністю того, що відповідний лист відображає його інтерес. Наприклад, якщо

учасник підписується на 4 знак одного CPV коду, то в середньому за тиждень він отримає 7 листів-оповіщень та лише частина з них буде стосуватись реального інтересу учасника. Натомість, підписуючись на 8 знак, учасник отримує одного листа в два тижня, що безпосередньо стосуються його напрямку комерційної діяльності. Якщо розглядати відповідну проблему в розрізі потенційної глибини (різниця між максимально можливою в дереві та фактично обраною), то для предметів закупівлі, що можуть бути визначені на 4 знаки CPV глибше, учасник отримує 20 листів щотижнево і лише один на два тижня, якщо він обрав найбільш глибокий CPV код у відповідному ієрархічному дереві.

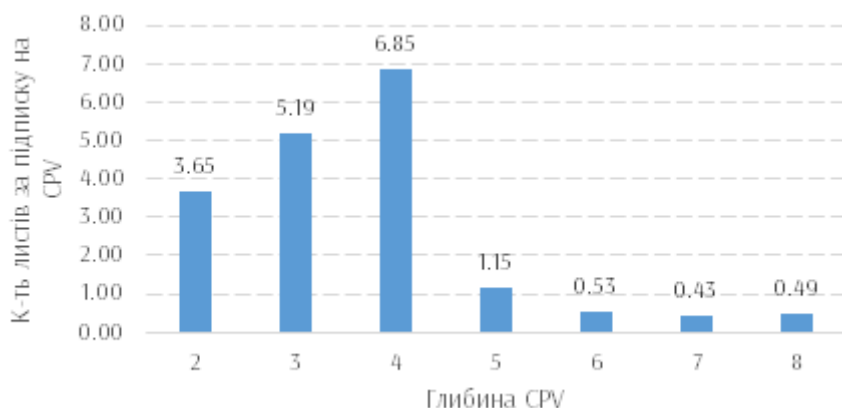


Рис. Кількість листів-оповіщень, що надходять учаснику за підписку на коди із різною глибиною CPV

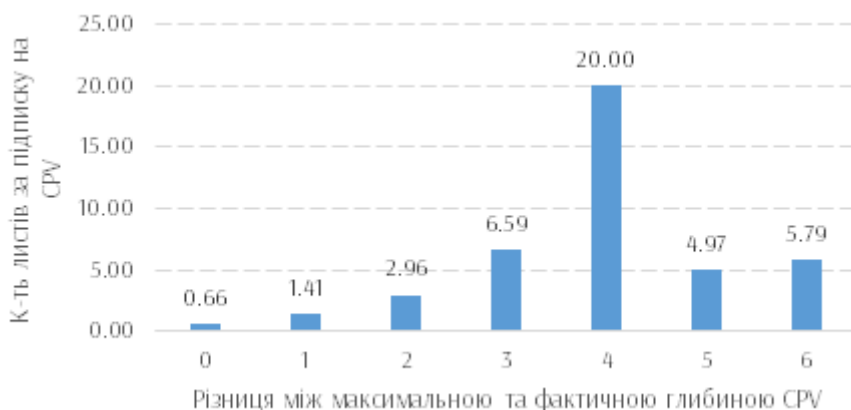


Рис. Кількість листів-оповіщень, що надходять учаснику за підписку на коди із різною потенційною глибиною CPV

3. Полегшує моніторинг ринку та можливих конкурентів.

Поділ на ринки окремих товарів/послуг та робіт надає можливість здійснювати порівняльний аналіз конкурентів, оцінювати власну спроможність до постачання та рівень конкурентоспроможності, виявляти потенціальні канали збуту та планувати виробничу діяльність більш точно.

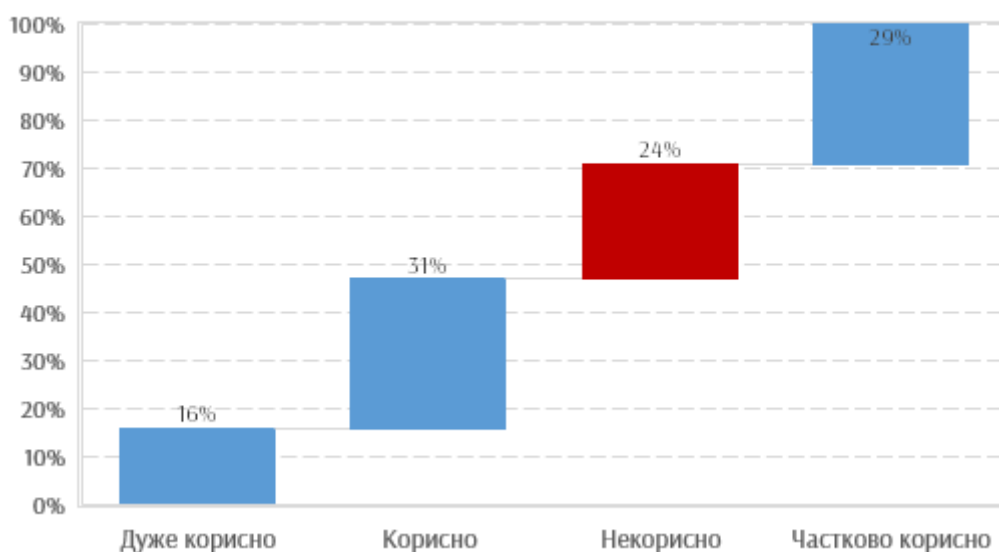
Аналіз анкет

Для визначення потреб у використанні класифікатора, ми провели опитування учасників та замовників, що здійснюють закупівлі через систему ProZorro. Анкети для постачальників та замовників мали різну структуру ([анкета для постачальника](#), [анкета для замовника](#)). На анкети відповіли 104 постачальника та 102 замовника. І замовники, і постачальники вважають CPV дієвим класифікатором опису потреб для оголошення та пошуку закупівель. Рівень деталізації, який використовують більшість з опитаних замовників для оголошення, не перевищує 4го знаку, за відповідною неглибокою деталізацією CPV найчастіше здійснюють пошук закупівель і потенційні постачальники. При цьому основною причиною невикористання більш глибоких кодів при оголошенні замовниками є порядок визначення предмету закупівлі за четвертим знаком, а при пошуці - ризик втратити релевантні закупівлі через ймовірні помилки замовників при оголошенні. Більшість опитаних замовників вважає, що визначає максимально детальні коди державного класифікатора при оголошенні, що чітко описують наявну потребу. Але більшість постачальників вважає, що код CPV недостатньо описує предмет закупівлі та фактичну потребу. Більшість опитаних замовників та учасників вважають доцільним подальшу деталізацію кодів CPV та удосконалення існуючого класифікатора.

Постачальники

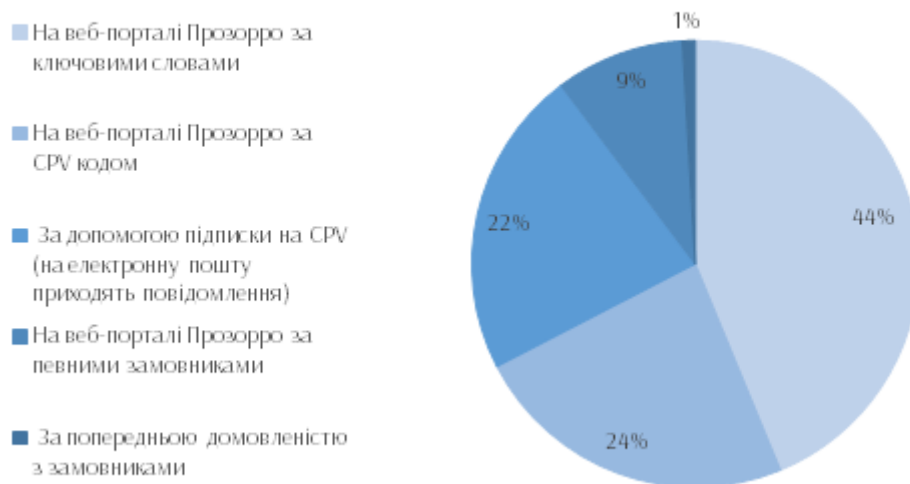
Чверть опитуваних визначає класифікатор некорисним для пошуку закупівель, а близько половини вважає його дієвим пошуковим інструментом.

Як Ви оцінюєте загальну корисність CPV для пошуку закупівель, які Вам цікаві?

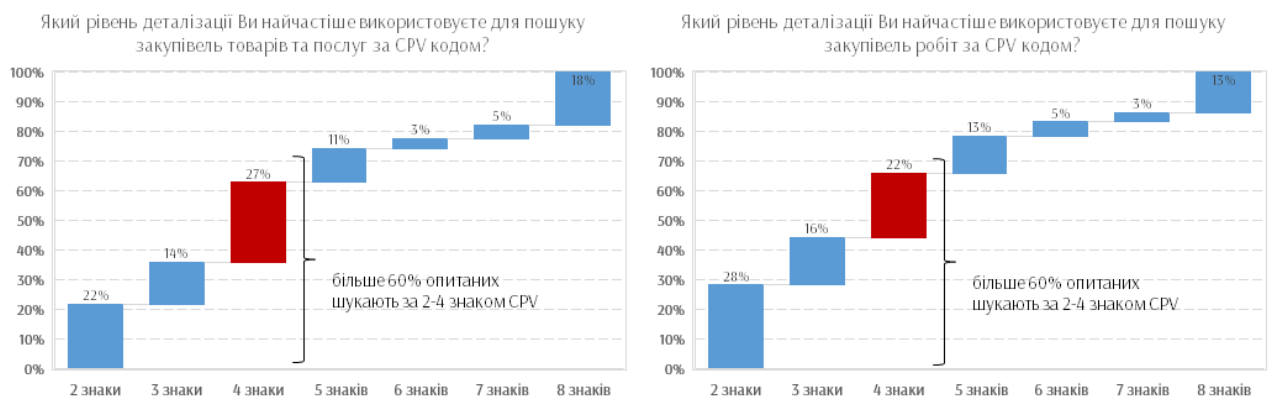


Найчастіше пошук релевантних закупівель здійснюється через портал Прозорро за ключовими словами, але чверть опитуваних здійснює пошук за CPV на порталі та чверть має підписку на CPV - можемо зробити висновок, що половина учасників так чи інакше використовує пошук за CPV.

Як співробітники Вашої організації шукають закупівлі, в яких вони хотіли б взяти участь?

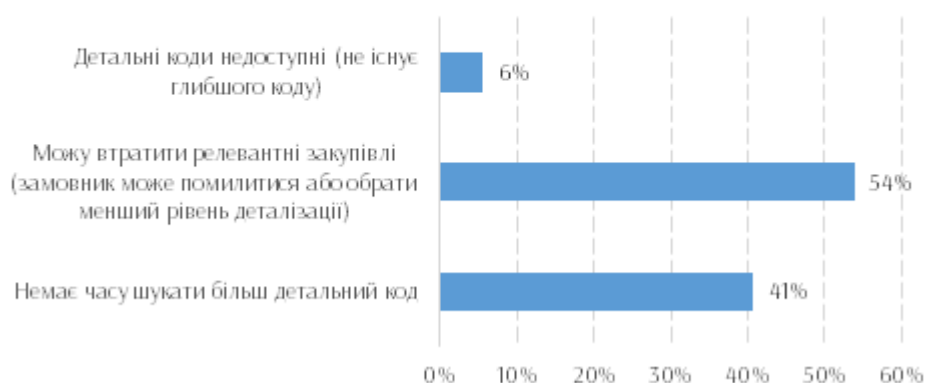


Більшість учасників шукають закупівлі за менш детальним знаком CPV - відповідне твердження справедливе як для закупівель робіт, так і для закупівель товарів/послуг.



Використання менш детального знаку CPV пов'язано з тим, що учасники вважають, що можуть втратити релевантні закупівлі через можливі помилки замовників при оголошенні. Більшість опитаних учасників (56%) вважає, що замовник припускається помилок при визначенні предмету закупівлі і тому фактична потреба не відповідає опису предмету закупівлі.

Зазвичай я [як постачальник] використовую меншу деталізацію CPV кодів для пошуку закупівель, які мені цікаві, бо..



В цілому, учасники визначають корисним (33%) та дещо корисним (48%) використання підписки на

коди CPV для пошуку закупівель, але як правило, відповідний інструмент не є основним при пошуку закупівель. Більшість учасників має складнощі з використанням Єдиного закупівельного словника, кожен п'ятий учасник зовсім не розуміє логіки CPV та як ним користуватись. Лише чверть не визнає жодних проблем у користуванні словником.



Серед ймовірних заходів, що спростили б використання CPV кодів учасниками можна виділити наступні пропозиції постачальників:

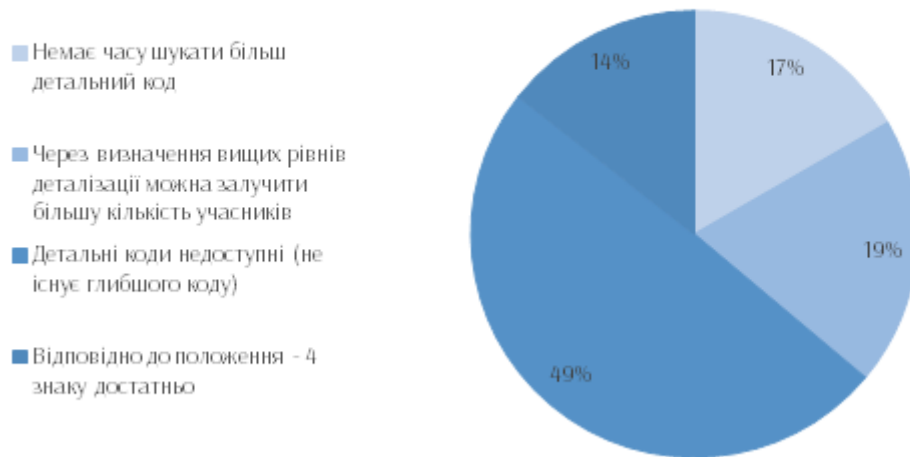
- зобов'язати замовників використовувати більш детальні коди
- оголошувати аналогічні закупівлі за одним і тим же CPV кодом
- здійснювати навчання тендерних комітетів з методології визначення предметів закупівлі
- уникати помилок при визначенні предмету закупівлі

Замовники

Більшість опитаних замовників (82%) визначає CPV корисним інструментом для опису потреби в закупівлі. При оголошенні як товарів/послуг, так і робіт більшість замовників використовує менш детальний код CPV. Основною причиною, за відповідями, є відсутність більш детальних кодів, але описовий аналіз використання словника показав, що більш детальні коди існують, тому припускаємо, що в даному випадку замовники мають на увазі обмеження, що накладає порядок про визначення предмету закупівлі - 4 знаку достатньо. Ця причина (вплив положення) домінувала серед довільних відповідей на питання про рівень деталізації, тому ми винесли її окремою причиною.

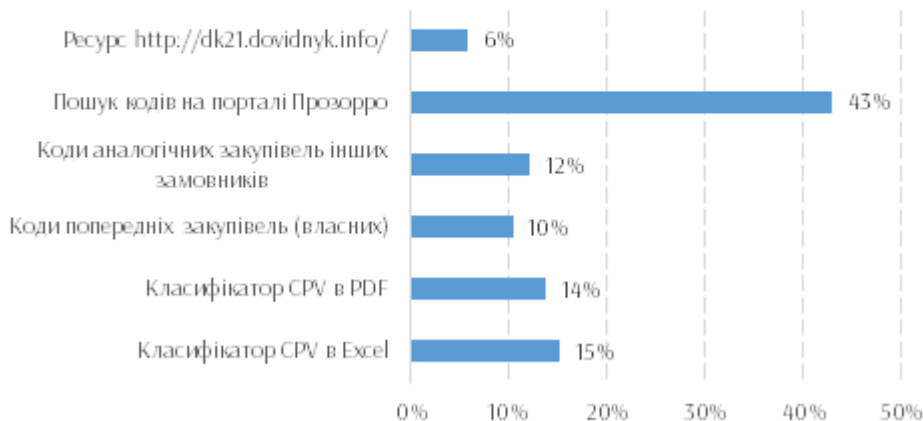


Зазвичай я [як замовник] використовую меншу деталізацію CPV кодів при оголошенні, бо..



75% опитаних замовників вважають, що коди, які вони визначають при оголошенні, чітко описують товари/послуги та роботи, в яких виникає потреба та 82% замовників вважають, що вказують максимально детальні коди закупівель при оголошенні. Для пошуку відповідних кодів вони найчастіше використовують портал ProZorro (43% опитаних вказали відповідне джерело), близько 40% опитаних використовують довідники в електронному форматі - pdf,excel або веб сайт, решта використовує коди попередніх закупівель - як власних, так і інших замовників.

Які інструменти використовуються для пошуку кодів для оголошення про закупівлю?



Замовники зазначають про необхідність подальшого вдосконалення та розширення класифікатора, поглиблення існуючої деталізації та автоматизації пошуку релевантних кодів.