

Ограничения и возможности развития конкуренции инновационных решений при проведении государственных закупок и закупок госкомпаний

Сергей Картаев, председатель Комитета по инновациям НП «НАИЗ»

Москва, 26.06.2013

Эффективность закупок



- Значимое повышение эффективности закупок и расходования бюджетных средств возможно только за счет закупки решений (целевых эффектов) на основе инновационной продукции.

Конкуренция решений



- Конкуренция решений дает возможность малому и среднему бизнесу противопоставить инновационность масштабы традиционного производства.

Организационные инновации



- Ориентация на закупку эффективных решений требует организационных инноваций в закупочной деятельности.

Закон	Упоминание об инновациях
44-ФЗ (ФКС)	Используются понятия «ИННОВАЦИЯ», «ИННОВАЦИОННАЯ ПРОДУКЦИЯ» <ol style="list-style-type: none"> 1. Принцип стимулирования инноваций. 2. Приоритет закупок инновационной продукции. 3. Порядок определения инновационного характера продукции устанавливаются ПРАВИТЕЛЬСТВОМ РФ.
223-ФЗ	Используется понятие «ИННОВАЦИОННАЯ ПРОДУКЦИЯ» <ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование закупок инновационной продукции на срок от 5 до 7 лет (С 01.01.2013 до 01.01.2015 размещается план на 3 года). 2. Критерии отнесения к инновационной продукции устанавливаются ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ОРГАНАМИ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ.
94-ФЗ	Нет упоминания

ДОРОЖНЯ КАРТА
(Распоряжение
Правительства РФ от
29.05.2013 №867-р)
Акцент на
ИННОВАЦИОННЫЕ
компании малого и
среднего бизнеса

Базовые элементы традиционного подхода

1. Установление критериев инновационности продукции.
2. Принуждение к закупке продукции, удовлетворяющей критериям инновационности.
3. Включение в закупочную документацию требований соответствия критериям инновационности.
4. Проведение стандартных закупочных процедур.
5. Контроль за ходом процедуры и выполнением показателей по объему закупок инновационной продукции

Ожидаемые следствия

1. Ограничение конкуренции
2. Необоснованное увеличение затрат на приобретение продукции:



- В процедуре не могут участвовать поставщики традиционной продукции
- Механизм проверки обоснованности замены традиционной продукции на инновационную отсутствует



- Ограничение конкуренции – возможность завышения цены участником процедуры (единственным поставщиком)
- Непрозрачность процедуры выбора предмета закупки – возможность выстраивания коррупционных схем

Базовые элементы ИННОВАЦИОННОЙ ЗАКУПКИ

1. Предмет закупки – ЦЕЛЕВОЙ ЭФФЕКТ (**не продукция!**)
2. Возможность предложения традиционной и инновационной продукция в одной закупочной процедуре.
3. Выявление инновационности продукции и обоснованности ее применения в ходе закупочной процедуры.
4. Определение предпочтительности предложения сравнением совокупной стоимости достижения целевого эффекта (**не цены!**).
5. Контроль достижения целевого эффекта (**результат, а не процесс!**)

Целевой эффект:
энергообеспечение объекта в труднодоступном районе

Традиционная
закупка

Дизель-генератор



Ветро-генератор



Ветро-дизельный
комплекс



Поставщики

Поставщики

Поставщики

Все поставщики

Закупка высокотехнологичной продукции
(средств индивидуальной защиты от термических и биологических рисков)

Требования на входе (2011 год):

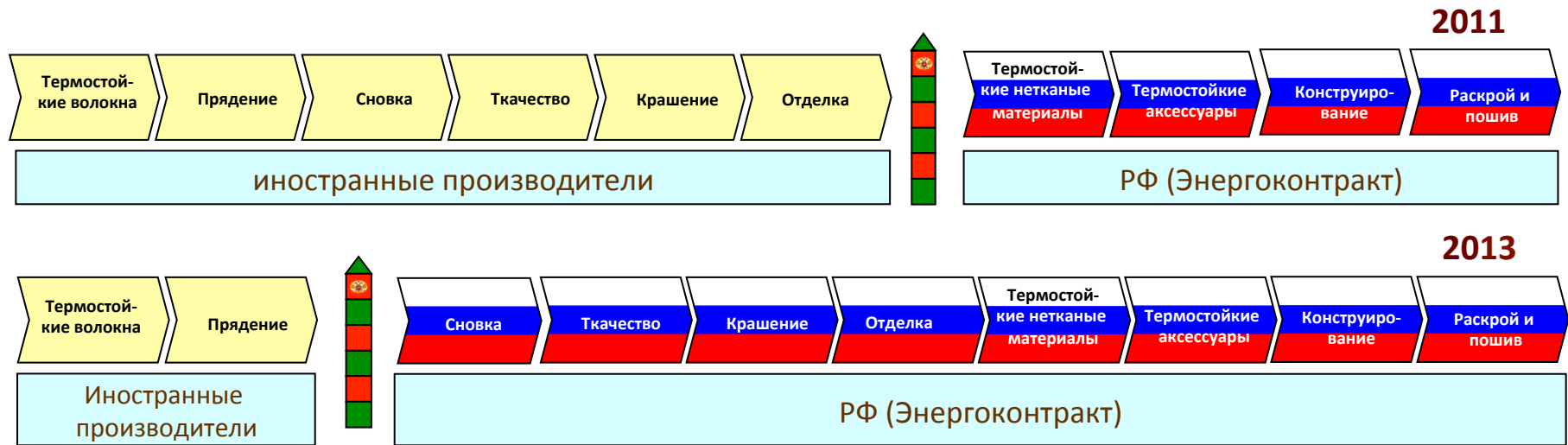
- Лучшее предложение по цене/качеству в текущей рыночной ситуации.
- Стабилизация единичных расценок на 2011-2013 гг.
- Наличие долгосрочной ПРОИЗВОДСТВЕННО-ИННОВАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ, предусматривающей увеличение доли производства продукции на территории Российской Федерации, совершенствование продукции.
- Условие продления договора: Выполнение производственно-инновационной программы (гарантия, что прибыль поставщика не будет выведена в офшор, а будет направлена на развитие производства!).



Управление
рынком



Управление
направлением
инвестирования



Эффект для Поставщика (2011 - 2013):

- Развитие производства современных материалов на территории РФ.
- Создание научно-производственной базы для внедрения новых разработок, в том числе, на основе нанотехнологий.
- Снижение издержек производства для снижения стоимости продукции.

Эффект на выходе (2013):

Для Заказчика как бизнес-структуры	Для Заказчика как государственной компании
<ul style="list-style-type: none">• Принципиально новые свойства продукции, повышающие качество работы сотрудников.• Снижение затрат на закупку продукции за счет<ul style="list-style-type: none">– стабилизации рублевых цен– усовершенствования эксплуатационных характеристик продукции.• Сокращение сроков поставки за счет увеличения степени локализации производства на территории РФ.	<ul style="list-style-type: none">• Развитие сопутствующих отраслей промышленности на территории Российской Федерации.• Локализация на территории РФ передовых технологий.• Создание условий для отечественных инновационных разработок и научной деятельности.

Минэкономразвития РФ совместно с НП «НАИЗ», компаниями – лидерами рейтинга качества управления закупочной деятельностью разработать методические рекомендации по планированию, подготовке и проведению закупок со следующими свойствами:

- ориентация на достижение целевых эффектов;
- возможность предложения решений на основе инновационной продукции наряду с традиционной;
- определение предпочтительности предложения на основе оценки стоимости жизненного цикла применяемой продукции.

Картаев Сергей Джарашович

kartaev@synapse-msc.ru

Синапс-Мск

генеральный директор
компании «Синапс-Мск»

<http://synapse-msc.ru/>

НАИЗ Национальная
Ассоциация
Институтов
Закупок

председатель Комитета по инновациям
НП «Национальная ассоциация институтов
закупок»

<http://naiz.org>