

Инструментариум за обучение относно ЕОП

Модул 6: Ангажиране на пазара

|  |
| --- |
| -- Брошура за участниците --  Настоящият документ е разработен като придружаващ документ за модул 6 на „Инструментариума за обучение относно екологосъобразните обществени поръчки (ЕОП)“ на Европейската комисия — ***„Ангажиране на пазара“*** Той съдържа допълнителни бележки, препратки и примери към информацията, представена в модула. Пълният инструментариум можете да намерите на уебсайта на Европейската комисия, посветен на ЕОП:  <http://ec.europa.eu/environment/gpp/index_en.htm> |

Правна рамка за ангажирането на пазара

### В: Кога може да се осъществи ангажиране на пазара?

**О:** Ангажирането на пазара може да се осъществи преди, по време на и след официална тръжна процедура. Ако се осъществява преди тръжната процедура, то се използва, за да се определят потенциалните доставчици и съответните продукти/услуги и за да се предостави възможност на доставчиците да се подготвят за тръжната процедура, например чрез сформиране на партньорства. Ако е по време на тръжна процедура, възлагащият орган може да се срещне с оференти — особено при конкурсен диалог или конкурсна процедура с договаряне. Ако е след приключване на тръжна процедура, на оферентите може да се предложи разбор.

### В: Кой следва да участва в процеса на ангажиране на пазара?

**О:** Що се отнася до възлагащия орган, процесът на ангажиране на пазара следва да включва служители в областта на обществените поръчки, а когато е приложимо, и крайни потребители. В случай на ЕОП може да бъде препоръчително да се включат и служители, които се занимават с въпроси, свързани с околната среда/устойчивостта. Доставчиците следва да бъдат насърчавани да включат тези служители, които действително ще участват в изпълнението на договора за обществената поръчка, а не само служители в областта на маркетинга или продажбите. Обикновено не е необходимо да се включват адвокати.

### В: Можем ли да осъществим контакт само с определени доставчици по време на процеса на ангажиране на пазара?

**О:** Когато ангажирането на пазара се извършва преди официална тръжна процедура, е допустимо да се осъществи контакт само с определени доставчици. Трябва обаче да не допускате предоставянето на някакво несправедливо предимство на тези доставчици в последващата тръжна процедура, което означава, че цялата информация, предоставена от възлагащия орган по време на процеса по ангажиране на пазара, следва да бъде предоставена с документацията за обществената поръчка. Като алтернатива може да се използва обявление за предварителна информация, за да се информират повече участници на пазара за ангажирането.

### В: Можем ли да се срещнем с доставчиците поотделно или да се консултираме с тях по телефона?

О: Могат да се проведат индивидуални срещи или телефонни разговори с доставчици. Когато това се прави, трябва да се водят бележки за съдържанието на разговорите. С оглед гарантиране на равно третиране, следва да бъде отделено едно и също време на всеки доставчик, а информацията, предоставена от възлагащия орган, следва да бъде една и съща.

### В: Можем ли да имаме групова информационна сесия?

**О:** Груповите информационни сесии могат да бъдат ефикасен начин за организиране на процеса на ангажиране на пазара и също така могат да помогнат на доставчиците да сформират партньорства или консорциуми, когато това е необходимо, за да отговорят на изискванията на ЕОП. Те обаче пораждат и известен риск от тайно съглашателство при офериране или други ограничения на конкуренцията. От доставчиците следва да бъде изискано да потвърдят като част от тръжната процедура, че те са определили цените в своите оферти по независим начин и не са сключили антиконкурентни споразумения с други доставчици.

Как да се ангажираме с пазара — Практически примери за ангажиране на пазара

|  |
| --- |
| Примери за ангажиране на пазара |
| Оповестяване на вашите намерения в Обединеното кралство  Организацията на купувачите на Източните графства (Eastern Shires Purchasing Organisation (ESPO)) предприе процес на ангажиране на пазара за светодиодно (LED) осветление. С цел да се проучи интересът към проект за осветление и да се осигури на екипа по проекта разбиране за пазара на доставки на светодиодни осветителни технологии, Организацията публикува серия от съобщения относно плановете си и обявление за предварителна информация. Дружествата, които отговориха, бяха поканени да участват в тръжната процедура и те взеха участие в ден на отворените врати за доставчици. Благодарение на ангажирането на пазара на ранен етап екипът по обществени поръчки получи по-добра информация за това, което се предлага на пазара. Това му помогна бързо да намери решение с намалени срокове за възлагане на обществени поръчки. [Прочетете изследване на конкретния случай](http://www.sustainable-procurement.org/fileadmin/templates/sp_platform/lib/sp_platform_resources/tools/push_resource_file.php?uid=131f7a5f). |
| Информиране на пазара: семинар за доставчици/купувачи в Португалия  За да съберат доставчици и купувачи, Общинският съвет на Кашкайш, Агенцията по енергетика на Кашкайш и Националната лаборатория по енергетика и геология (LNEG) организираха семинар по енергийно ефективно осветление. Акцентът беше върху светодиодната технология за обществено осветление с цел:   * предоставяне на потенциалните доставчици информация за намеренията за покупка и общите първоначални изисквания; и * повишаване знанията на купувача за енергийно ефективното и светодиодното осветление за обществени места чрез различните доставчици, представящи своите продукти, последвано от модериран дебат.   Доставчиците показаха и своите продукти. [Прочетете цялото изследване на конкретния случай](http://www.sustainable-procurement.org/fileadmin/templates/sp_platform/lib/sp_platform_resources/tools/push_resource_file.php?uid=6d557c44). |
| Събития „Среща с купувача“ в Шотландия  Шотландският парламент организира събития „Среща с купувача“ и разработи гъвкав формат на презентация/семинар, който дава възможност на Парламентарните служби по обществени поръчки да проведат информативни и интерактивни сесии за доставчиците. Това беше направено, след като беше осъзнато, че предишните индивидуални срещи са твърде кратки и не носят полза за доставчика или купувача по очаквания начин. [Прочетете цялото изследване на конкретния случай](http://www.procurement-forum.eu/resource/download/21/Scottish+parliament+early+market+engagement+2009.pdf). |
| Мрежата Réseau Grand Ouest организира среща с доставчиците  Публичните органи, които сформират регионалната мрежа Réseau Grand Ouest (RGO), организират срещи с доставчици като част от специални работни групи за различни сектори на продукти и услуги. Те включват енергетика, почистващи продукти и строителство. Срещата с доставчиците е възможност за RGO да покаже на доставчиците своя интерес към устойчиви продукти и да насърчи иновациите. Доставчиците, които се срещат с RGO, получават след това въпросник. Комуникацията между двете страни е основен фактор за успеха на тръжните процедури. Доставчиците се срещат индивидуално с групата на RGO за разговор, който продължава около един час. Те представят своето дружество и отговарят на въпроси от страна на публичните органи. |
| Обществени поръчки за устойчиво работно облекло в Каталония  Целта на процеса на ангажиране на пазара беше включването на социални (Градския съвет на Барселона) и екологични (правителството на Каталония) критерии в тръжните процедури и да се проучи готовността на пазара. Ангажирането на пазара се основаваше на индивидуални лични срещи с потенциални доставчици. Предвид специфичната структура на текстилното производство трябваше да бъдат включени консултации на потенциалните доставчици с тяхната верига на доставки, както и специфични консултации със сертифициращи институции (като oeko-tex или други). [Прочетете цялото изследване на конкретния случай](http://www.sustainable-procurement.org/fileadmin/templates/sp_platform/lib/sp_platform_resources/tools/push_resource_file.php?uid=f7c8d0e0). |
| Среща с групи от ключови доставчици в Португалия  Преди възлагането на обществена поръчка за услуги за почистване бяха проведени няколко действия с потенциални доставчици с цел информирането им за целите на LIPOR и оценяването на капацитета им за реагиране, а именно чрез:   * срещи за оценка на способността на доставчиците да изпълняват критерии за устойчивост; * представяне на ползите и последиците от политиката на LIPOR за устойчиви обществени поръчки (УОП); * разработване на план за мониторинг за оценка на изпълнението на договора за обществената поръчка; и * определяне на начина, по който LIPOR ще работи с доставчици, които първоначално не са отговорили на изискванията.   Включването и установяването на диалог с доставчиците още от самото начало се считаше за изключително важно не само за да се разбере до каква степен доставчиците са подготвени да реагират и да се конкурират при все по-трудни и сложни процедури, но и за да се получи информация за наличието на алтернативни решения на пазара. |
| Използване на ангажирането на пазара в подкрепа на иновациите, стимулирани от търсенето  При [проекта HAPPI](http://www.happi-project.eu/) беше възприет съвсем различен подход към ангажирането на пазара. Вместо да се започне със спецификация, бяха разгледани редица иновативни решения, при условие че те подпомагат остаряването в добро здраве. Над 500 души се включиха в информационните дни за участниците на пазара, като през четиримесечния период (септември 2013 г. до края на януари 2014 г.) бяха представени 150 иновативни решения на онлайн платформа. Тези решения бяха от основно значение за определянето на метода, структурата, обособените позиции и спецификациите на обществената поръчка. |
| Конкурсен диалог за електрически ферибот в Норвегия  Норвежката дирекция „Обществени пътища“ желаеше да възложи обществена поръчка за закупуването на нов ферибот, чиято енергийна ефективност е с 15—20 % по-висока от тази на ферибота в експлоатация. Като част от двуетапна процедура за възлагане на обществена поръчка Дирекцията започна конкурсен диалог, за да проучи иновативните решения за енергийно ефективни фериботи. Спечелилата оферта, изготвена в партньорство с фериботни оператори, инженерингови дружества и строителни предприятия, беше за електрозадвижван ферибот, който допринесе за 70 % съкращаване на разходите за гориво и 89 % годишно намаление емисиите на CO2. [Прочетете цялото изследване на конкретния случай](http://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/news_alert/Issue42_Case_Study88_Norway_Ferry.pdf). |
| Регион Южна Дания: ангажиране на доставчиците по време на и след тръжната процедура  Регион Южна Дания е разработил стратегия за процедурата на възлагане на обществени поръчки: цикли на диалог и доставка. Във всички фази на цикъла е включен пазарен диалог, тъй като предлага възможност за придобиване на по-задълбочена представа за пазарните възможности и ограничения. Чрез брифинги за доставчиците и сесии за въпроси и отговори се поставя акцент върху изготвянето на оферти, които са убедителни и уместни. Това гарантира непрекъснати добри отношения с пазара, а специалистите в областта на обществените поръчки придобиват по-добра подготовка, за да изготвят бъдещи оферти. [Прочетете цялото изследване на конкретния случай](https://di.dk/SiteCollectionDocuments/Milj%C3%B8/Nyheder/Asker%20-%20Nyheder/Markedsdialog.pdf). |

Всички проучвания са взети от Доклада за най-добри практики по ангажирането на пазара, изготвен по проект „Региони на устойчивите обществени поръчки – SPP Regions“, който е достъпен на уебсайт: <http://sppregions.eu/resources/publications/>.

Допълнителни насоки за ангажиране на пазара

Следните насоки (от Съвета на Корнуол, Обединено кралство) могат да бъдат полезни при вземането на решение кога да се ангажира пазарът и дали използването на ресурсите е подходящо за конкретната поръчка.

|  |
| --- |
| Обосновка Публичните органи са големи и сложни организации, които възлагат огромен набор от поръчки между широкообхватни сектори, като строителството, социалните грижи и транспорта. Тези поръчки варират значително в много отношения, някои от които са сложност, стойност и потенциал за иновации.  Въпреки че се признава, че в много случаи ангажирането с участниците на пазара е от изключително важно значение за постигането на ефективни обществени поръчки, се счита също така, че това невинаги е така и че понякога проучванията на пазара могат да бъдат достатъчни. Освен това различните методи за ангажиране на доставчиците, които могат да бъдат използвани преди, по време на и след процеса на възлагане на обществени поръчки, няма да бъдат приложими за всеки вид поръчка или пазар. Подход Целта на посочения по-долу списък с критерии е да се обобщят променливите, които влияят върху видовете процеси на ангажиране на пазара, които биха могли да бъдат подходящи. Счита се, ако към тях се приложи пълен списък с потенциални дейности за ангажиране на пазара, може да се разработи модел за проактивно насочване на ръководителите на обществени поръчки към подходящи стратегии за ангажиране на пазара за всяка от техните поръчки. Критерии за ангажиране на пазараКолко сложен е продуктът/услугата? Когато изискванията на поръчката са сложни, може да бъде трудно те да се представят ясно на участниците на пазара в писмената документация за обществената поръчка. Следователно разясняването на изискванията лице в лице може да бъде изключително полезно и да насърчи спазването на спецификацията, иновациите и конкуренцията. Колко сложен е пазарът? Има ли монопол, съвършена конкуренция или нещо средно между тях? Това може да окаже въздействие върху стойността на ангажирането с един, двама или много участници на пазара и да обуславя стиловете на ангажиране, които биха могли да бъдат най-ефективни. Колко зрял е пазарът? Ако много от доставчиците на определен пазар нямат опит с тръжни процедури за обществени поръчки на публичния сектор, това може да окаже значително въздействие върху конкуренцията, ако не им бъде предложена достатъчна подкрепа. По-конкретно МСП, които изпитват затруднения с осигуряването на ресурси, за да отговарят на възможностите за обществени поръчки, могат да се нуждаят от специална подкрепа както преди, така и по време на процедурата на възлагане на обществени поръчки. Каква е възможността за иновации? Когато е налице стремеж към някакъв вид иновативност по отношение на дадена поръчка, ангажирането на пазара е от съществено значение. Двупосочните комуникации с участниците на пазара позволят на ръководителя на обществените поръчки да оцени рисковете и възможностите, свързани с очакваното ниво на иновации. В много случаи може да се използва обстоен процес на ангажиране на пазара преди стартирането на процедурата по възлагане на обществени поръчки, за да се избегне използването на процедури за възлагане на обществени поръчки, изискващи много време и ресурси, като напр. конкурсна процедура с договаряне или конкурсен диалог; въпреки че понякога е вероятно те да се изискват при все това. Каква е възможността за осъществяване на политика чрез целите по отношение на обществените поръчки? Напр. социална стойност. Във връзка с иновациите, ако има нови или разширени изисквания за реализиране на политика чрез цел по отношение на обществените поръчки, като напр. социална стойност, е изключително важно това да бъде правилно разяснено на участниците на пазара и да им се предостави подкрепа при необходимост. Каква е стойността на поръчката? За някои видове процеси на ангажиране на пазара могат да се изискват много време и ресурси. От съществено значение за дългосрочния успех на даден подход за ангажиране на пазара е да се гарантира, че разпределението на ресурсите е основателно. Какъв е балансът на знанията между купувача и доставчика? Когато купувачът е много добре осведомен за стоките/услугите, които трябва да бъдат доставени, може да има само изискване за еднопосочна комуникация. Когато обаче доставчиците и другите участници на пазара са по-осведомени за стоките/услугите, е по-вероятно да има необходимост от двупосочна комуникация. |

Дата на публикуване на документа: март 2019 г.

Автор: Джон Уат, ICLEI — Международна асоциация на органите на местното самоуправление за устойчиво развитие

Инструментариум, разработен за Европейската комисия от ICLEI — Международна асоциация на органите на местното самоуправление за устойчиво развитие

**Собственик, редактор:** Европейска комисия, ГД „Околна среда“, 2019 г.

**Отказ от отговорност:** Настоящият инструментариум представлява индикативен документ на службите на Комисията и не може да се приема за обвързващ за тази институция по какъвто и да е начин. Нито Европейската комисия, нито което и да е лице, действащо от нейно име, носят отговорност за начина, по който би могла да бъде използвана информацията в този документ.