

Процес закупівель

У нестабільному середовищі, з усіма зовнішніми та внутрішніми викликами, а також з огляду на здатність гуманітарної допомоги впливати на місцевий ринок, дуже важливо мати та впроваджувати стандарти протягом усього процесу, які могли б спрямовувати та забезпечувати дотримання принципів закупівель. Кожен послідовний процес закупівель складається з шести основних етапів.

1. Пошук та визначення постачальників
2. Запит на товар/послугу
3. Запит пропозицій
4. Оцінювання та нагородження
5. Замовлення та укладання контрактів
6. Прийом та оплата



Пошук та визначення постачальників

Закупівлі здійснюються в умовах чесної та прозорої конкуренції між різними постачальниками. Для збору інформації про бажаний продукт та потенційних постачальників, які потенційно можуть його надати, необхідно провести певне дослідження ринку.

“ Дослідження ринку використовується для визначення постачальників, надання допомоги в розробці технічних специфікацій, ТЗ та ТП, з’ясування інформації про ціни, що є у вільному доступі (напр., каталоги компаній) та отримання інформації про наявні технології (Посібник із закупівель товарів та послуг ВПП, 2020 р.) .

Зручно мати базу даних постачальників, у яких запитуються цінові пропозиції. Якщо такої бази даних не існує, бажано її створити. База даних постачальників повинна регулярно оновлюватися, і агентства можуть звернутися до таких платформ або джерел інформації, як:

- Спеціалізовані журнали
- Торговельні палати
- Ділові зустрічі та семінари
- Професійні асоціації
- Реєстри зовнішніх постачальників
- Онлайн-спільноти
- Жовті сторінки
- Дослідження пошукових систем
- Інші

У процесі визначення постачальників установи можуть бажати дотримуватися формального процесу. Багато відомств видають офіційні документи, серед яких:

- Запит на інформацію (RFI)
- Запит на висловлення зацікавленості (EOI)

Ці офіційні запити повинні базуватися на шаблонах, які дозволять користувачам побудувати більш точне уявлення про продукт або послугу та їх доступність в контексті роботи.

Запит на продукт та послугу

Будь-яка закупівля товарів чи послуг має будуватися на основі потреб. Після того, як потреби визначені, виміряні та сплановані групою або окремою особою в установі, вони повинні бути офіційно повідомлені групі закупівель організації, як правило, через офіційно визначений Запит на закупівлю із зазначенням:

- Підрозділу, що подає запит.
- Вимог, включаючи критерії оцінки.
- Кількості.
- Орієнтовної вартості або максимально дозволеної суми витрат (якщо можливо).
- Дати та місця поставки.
- Підтвердження наявності коштів.

Ключовим компонентом будь-якої заявки на закупівлю повинно бути включення технічних специфікацій. Існує багато способів, як постачальники можуть визначити технічну специфікацію. Вони можуть включати в себе:

Фізичні товари	• Фотографії • Компоненти матеріалів • Потреби в продуктивності (наприклад, обсяг пам'яті комп'ютера, об'єм відра) • Стандарти якості (приклад: ISO)
Будівництво	• Креслення • Карти • Відомість матеріалів / конструкційних елементів

Іншими словами, запитувач повинен надати всю інформацію та заповнити форми, як було узгоджено під час планування. Якщо попередній план не був складений, запит може мати певні затримки під час оцінки доцільності.

Запит на закупівлю (PR) зазвичай є стандартною та офіційною формою для подання запиту на закупівлю. Запит на закупівлю - це те, де різні учасники закупівельного процесу об'єднують і перевіряють деталі, перетворюючи запити на фактичні закупівлі:

- Підрозділ, що подає запит, відповідає за те, що вся інформація, включена до запиту, є точною і достатньою. За необхідності додає детальну специфікацію.
- Підрозділ, що здійснює закупівлю, зобов'язується надати запитувані товари чи послуги відповідно до якості, ціни та строків виконання.
- Фінансовий підрозділ зобов'язується вивільнити наявні кошти.

Один з найкращих способів забезпечити, щоб кожен запит був добре представлений, зрозумілий і узгоджений між усіма підрозділами, залученими до процесу, - це створити для цього координаційний простір. Звичайним інструментом координації є проведення регулярних зустрічей між запитувачами, керівниками підрозділів та командою закупівельників, де запити можуть обговорюватися та затверджуватися.

Запит пропозицій

Після відбору потенційних постачальників (або перед початком процесу відкритих торгів) необхідно ретельно підготувати тендерну документацію. Спосіб, у який запитуються та отримуються пропозиції, впливає на решту процесу; існує зворотній та прямий зв'язок між тим, що запитується, та тим, що пропонується. Закупівельні команди лише обиратимуть з варіантів, запропонованих постачальниками, але те, що буде запропоновано, значною мірою залежить від того, як і що саме постачальників попросили запропонувати. Специфікації необхідних продуктів

або послуг повинні бути чіткими, а умови запитуваної пропозиції повинні бути чітко визначені.

Критерії відбору постачальників повинні бути встановлені та повідомлені постачальникам чітко і заздалегідь, забезпечуючи рівне ставлення до них. Важливо витратити час на встановлення та/або розуміння критеріїв відбору, оскільки критерії відбору постачальників не можуть бути модифіковані або змінені після того, як вони будуть доведені до відома постачальників.

Документи, що беруть участь у процесі подання пропозицій, можуть відрізнятися залежно від типу конкуренції, що застосовується (див. [Процедури закупівель](#)), а також характеру та складності товарів і послуг, що закуповуються. Важливо, щоб уся документація містила детальну інформацію про процедурні, технічні, фінансові та договірні компоненти, яких постачальники повинні дотримуватися при поданні своїх пропозицій. Ці документи ґрунтуються на шаблонах, адаптованих до специфіки процедури, що проводиться, і доповнені деталями, що застосовуються до кожного тендеру.

Загалом, будь-яка тендерна документація, незалежно від процедури, буде містити:

Що потрібно	• Залежно від характеру: ◦ Для товарів; Технічні умови або технічне завдання (ТЗ) (Функціональні, відповідні та експлуатаційні характеристики продукції). ◦ Для послуг; Технічне завдання (ТЗ) (передумови, цілі, результати, стандарти, яким необхідно відповідати, метод оцінки виконання, терміни тощо). ◦ Для будівельних робіт або послуг; Технічне завдання (ТЗ) повинно містити всю інформацію, необхідну для того, щоб підрядник міг виконати роботи (напр., місце розташування, графіки виконання робіт, відповідну інформацію про будівельний майданчик та інші технічні вимоги, які вважаються необхідними). ◦ Кількість • Очікувані умови поставки; терміни, місця, Інкотермс
Інструкція постачальникам	• Інструкція по підготовці та подачі, мова подачі. • Терміни: кінцевий термін подання, термін дії пропозиції та очікуваний час присудження контракту. • Інформація про попередні пропозиції, де це можливо (зустрічі/відвідування об'єктів та/або зразки/демонстрації). • Надання прототипів зразків продукції у разі необхідності. • Метод оцінки та критерії оцінки, включаючи допуск сторонніх інспекційних компаній у разі необхідності. • Умови оплати. • Контактна інформація.
Чинні Правила та умови	• Етична політика, якої повинен дотримуватися постачальник. • Спеціальні умови, що застосовуються, такі як: розірвання; торгові умови; інспекція; гарантії; права та обов'язки; засоби правового захисту; субпідряд; тощо.

Тендерна документація повинна бути розповсюджена одночасно серед попередньо відібраних постачальників з наданням їм достатнього часу для аналізу та належної побудови пропозицій. Тендерна документація може містити стандартний формат подання пропозицій, що полегшить їх порівняння на етапі оцінки.

Специфікації матеріалів

Під час подачі заявки на закупівлю матеріальних товарів бажано включати якомога більше технічної інформації про специфікації матеріалів, викладеної в чіткому та прозорому форматі, який легко зрозуміти, але важко витлумачити неправильно. Специфікації матеріалів можуть

включати:

- Одиниці виміру (вага, об'єм).
- Розміри упаковки (вага, об'єм).
- Забарвлення/зовнішній вигляд.
- Хімічний склад.
- Відповідність конкретним стандартам ISO.
- Міцність/довговічність.
- Специфікації пакування та транспортування.
- Специфікації брендуння та маркування.

Дотримання специфікацій протягом усього процесу закупівлі

Ці специфікації щодо матеріалів повинні бути включені в:

Запит пропозицій - Чим детальніша специфікація, тим точнішими будуть повернуті пропозиції. Детальні специфікації допоможуть відсіяти постачальників, які не здатні виконати конкретні вимоги, а також заохочуватимуть постачальників виконувати лише те, що вони знають, що можливо.

Контракти з постачальниками - Специфікації матеріалів, включені до контрактів, юридично зобов'язуватимуть постачальників дотримуватися стандартів, встановлених у їхніх пропозиціях. Специфікації матеріалів у контрактах повинні відповідати специфікаціям, наданим у процесі тендеру.

Інструкції для сторонніх інспекційних компаній - Після того, як обрано постачальника та узгоджено контракт, сторонні інспекційні компанії можуть бути залучені для перевірки продукції на відповідність специфікаціям матеріалів, зазначеним у контракті. Інспекційні компанії можуть використовувати візуальний огляд або лабораторні випробування, щоб підтвердити, що всі специфікації матеріалів дотримані. Багато установ надають перевагу отриманню прототипів товарів до остаточного замовлення, а також перевірки в декількох точках протягом усього процесу. Покупці також можуть призупинити оплату до завершення остаточної перевірки.

Типи специфікацій

Детальні специфікації можуть відрізнятися залежно від товару, про який ідеться, установи, розміру закупівлі та ринку, на якому постачається товар.

Тип позиції	Деякі товари з добре відпрацьованою конструкцією - наприклад, деталі машин - можуть потребувати менш детальних специфікацій, і можуть більше покладатися на вказівку щодо продуктивності або функціональності продукту. Інші товари, які часто використовуються в гуманітарному секторі - наприклад, товари для дому - набагато більше визначаються конкретними потребами і часто поєднуються із загальновизнаними стандартами, такими як SPHERE. Хоча гуманітарні організації можуть мати специфічні потреби, глобальне розуміння цих потреб серед постачальників може бути недостатнім. З цієї причини специфікації для товарів, спеціально розроблених або використовуваних для гуманітарних інтервенцій, як правило, більш чіткі - зазвичай товар розробляється разом з постачальником, щоб відповідати потребам закупівельної організації.
Потреби агенцій	Гуманітарні організації, що закуповують невелику кількість товару, або ті, що закуповують вже стандартизовані товари, можуть не відчувати особливої потреби у чіткому визначенні специфікацій матеріалів товару. Однак агентства, які закуповують велику кількість одного типу спеціальних товарів у довгострокового постачальника або обмеженої серії постачальників, мають більше шансів отримати більш складні специфікації матеріалів у своїх контрактах. Детальні специфікації продуктів допоможуть постачальникам знайти правильну сировину та підтримувати якість продукції на належному рівні.

Ринки	Широко відомі великі міжнародні постачальники, як правило, з більшою ймовірністю зможуть задовольнити детальні специфікації продукції, які вимагають гуманітарні організації. Виробничі потужності та сировина, доступні місцевим компаніям, можуть не відповідати загальним вимогам агентства, що запитує допомогу, щодо ключових предметів допомоги. Баланс між міжнародними та місцевими закупівлями - це те, що організації повинні зважити, залежно від місцевих законів, імпорتنих та транспортних витрат, етики закупівель, бажання підтримати місцеві ринки та загальних потреб проєкту.
--------------	--

Багато великих організацій, які регулярно закуповують типові товари для надання допомоги, мають у своєму розпорядженні специфікації матеріалів, зокрема [Каталог МКЧХ/МФЧХ](#) та [Центр постачання Oxfam](#). Ці специфікації матеріалів можуть бути корисними як орієнтир для будь-якої організації, яка бажає укласти контракти на постачання товарів для надання допомоги в надзвичайних ситуаціях.

Приклади специфікацій матеріалів:

КОВДРА, СИНТЕТИЧНА, 1. 5х2м, високотермічна

	Зразки ковдр повинні бути із спресованих рулонів.
Зразки для тестування	Всі критерії повинні бути пройдені на одному зразку. (Зразки пресованих тюків повинні бути підготовлені лише з 5 ковдр, складених вдвічі більше, ніж у звичайних тюках, з коефіцієнтом стиснення 60%, і повинні залишатися стиснутими щонайменше один тиждень перед тестуванням).
Спосіб виготовлення	Трикотажна або тканина, начісана з обох сторін. Якщо є, внутрішній шар може бути нетканим.
Склад ISO 1833 на суху вагу	100% чистих поліефірних та/або акрилових волокон або поліестер/бавовна
Кольори	Крім чорного, червоного або білого, темний однорідний колір.
Розмір	150 x 200см +3%/-1%. Тестування проводиться на плоскому стабілізованому зразку, без складок.
Вага	500г/м ² мінімальна максимальна 1000г/м ² вага визначається загальною вагою/загальною поверхнею.
Товщина ISO 5084	9. 5мм мінімум (1КПа на 2000мм ²)
Міцність на розрив ISO13934-1	250Н по основі та утку мінімум
Втрата міцності на розрив після прання ISO13934-1 та ISO 6330	Максимум 5% нитки основи та утку після 3 послідовних машинних прань при 30°C та однієї сушки на плоскій поверхні.
Усадка max. ISO 6330	Максимум 5% нитки основи та утку після 3 послідовних машинних прань при 30°C та сушки на плоскій поверхні.
Втрата ваги після прання	Максимум 5% після 3 послідовних машинних прань при 30°C та одного сушіння на плоскій поверхні.

КОВДРА, СИНТЕТИЧНА, 1. 5х2м, високотермічна

	Rct= 0.40м² К/Вт мінімум, округлено до найближчого 0. 01, поширюється на зразки, відібрані з пресованих тюків.
Термічний опір ISO 11092	Механічне кондиціювання: після розкриття тюка, ковдра повинна бути висушена в сушарці (мінімальна ємність 500 л) без будь-якого іншого навантаження протягом 15 хвилин при температурі менше 30°C. Потім ковдру слід витримати щонайменше 24 години в горизонтальному положенні за кімнатних умов (20°C і відносній вологості повітря 65%).
Опір потоку повітря ISO9237 при перепаді тиску 100 Па	Максимум 1000 л/м²/с
Оздоблення	Обметувальний шов на відстані 10 мм від краю 10-13 стібків/10см або пришта тасьма чи підшита з 4-х сторін. Кути можуть бути круглими, радіусом до 10 см, або квадратними.
Органолептичний тест	Без неприємного запаху, не подразнює шкіру, без пилу. 4<pH<9. Не містить шкідливих ЛОС (летких органічних компонентів). Придатна для використання людьми.
Вогнестійкість ISO12952-1	Стійкість до дії сигарети - Без займання
Вогнестійкість ISO12952-2	Стійкість до дії полум'я - Не займається
Первинна упаковка	Без індивідуального пакування ковдри, з метою зменшення пластикових відходів у навколишньому середовищі.
Упаковка	• Рулони повинні бути загорнуті у водонепроникну мікроперфоровану поліетиленову плівку та вкриті поліпропіленовим або джутовим тканим мішком. • Кількість в одному рулоні: 15 штук. • Пресовані та обв'язані 5 стрічками (2 вздовж, 3 поперек). • Розміри тюків: Довжина 85см +/-5см, Ширина 55см +/-5см, Висота 75см +/-5см (висота рулонів, які повинні бути стиснуті максимум на 60% від вільного стану до кінцевого стиснутого та обв'язаного стану)
Маркування на ковдрі	На кожній ковдрі має бути бирка, вшита у підгин. Етикетка повинна містити назву виробника, унікальний контрольний номер партії та дату виготовлення. Логотип компанії не повинен міститися в маркуванні виробника.
Маркування на упаковці	КОВДРА, СИНТЕТИЧНА, 1. 5х2м, високотермічна - 15 шт. Інші маркування згідно договору.

Джерело: [Каталог стандартних продуктів МКЧХ/МФЧХ](#)

Оцінка та нагородження

Багато організацій можуть використовувати так званий комітет/комісію з оцінки тендерних пропозицій, щоб належним чином полегшити процес аналізу та оцінки пропозицій, що надходять, у чесний та прозорий спосіб. Після належного документування кожного кроку, здійсненого під час тендерного процесу, і до розкриття тендерних пропозицій, оціночний комітет/комісія збирається разом для вивчення пропозицій. Склад оціночної комісії може бути простим - дві особи (замовник і покупець) проводять неформальне оцінювання, або ж він може бути формально регламентованим і об'єднувати команди з різних відділів. Незалежно від вартості

закупівлі або процедури, що застосовується, завжди має бути група людей, які дотримуються принципу розподілу обов'язків. У випадку найбільш обмежувальних процедур, зазвичай формують групи оцінювання на самому початку процесу, формалізуючи процес підписанням «Декларації про об'єктивність та конфіденційність» та/або «Розкриття конфлікту інтересів».

Пропозиції повинні оцінюватися з використанням критеріїв та специфікацій, що містяться в попередньо оприлюднених інформаційних повідомленнях/запрошеннях до участі в торгах, або в будь-якій іншій частині процесу, що передують отриманню тендерних заявок. Загальні критерії оцінки пропозицій можуть включати:

- Конкурентоспроможні ціни.
- Здатність відповідати специфікаціям і стандартам.
- Наявність продукції та можливість дотримання запитуваної дати поставки.
- Якість продукції та послуг.
- Функціонування та довговічність продукції.
- Надійність способів доставки.
- Методи та практики контролю якості.
- Технічні та лідерські навички.
- Здатність надавати нішеві або унікальні продукти та/або розробляти концепції дизайну.
- Фінансова стабільність і кредитоспроможність.
- Платіжні умови / вимоги.
- Сумісність з наявними продуктами.
- Засоби дистрибуції / зберігання та відповідні ресурси.
- Наявність запчастин.
- Гарантія, страхування та зобов'язання щодо постачання.
- Підтверджена спроможність та досвід.
- Наявність ресурсів сервісної підтримки.
- Попередній досвід та продемонстровані показники у постачанні продукції/послуг, що закуповуються (має підтверджуватися попередніми сертифікатами відповідності. Отже, «негативний минулий досвід» має бути задокументований).
- Безпека.

Всі критерії оцінки повинні бути:

- **Об'єктивними** - критеріями, які піддаються перевірці та призначені для оцінки фактів, а не припущень і обіцянок постачальника. Об'єктивні критерії є відчутними, з малою ймовірністю того, що різні постачальники будуть трактувати їх по-різному.
- **Однозначними** - не повинно бути плутанини або дублювання у виборі, описі та оцінці критеріїв.
- **Надійними** - чіткі та вимірювані критерії, які можуть бути послідовно оцінені кількома заявками та експертами.
- **Справедливими** - критерії, які не виключають неправомірно постачальників із закупівлі та не надають неправомірних переваг певному постачальнику.
- **Збалансованими** - критерії, які є доцільними та виправданими при об'єктивному розгляді в контексті закупівельної процедури.

Під час процесу оцінювання необхідно збалансувати різні матеріальні та нематеріальні фактори, деякі з яких можуть суперечити один одному. Методи визначення ступеня відповідності потенційного постачальника критеріям включають:

- Відвідування постачальника керівництвом та/або групою з оцінки (для відвідування заводу, складу, складів, виробничого обладнання та обладнання постачальника).
- Підтвердження статусу системи якості, або шляхом оцінки на місці, письмового звіту, або шляхом запиту на отримання сертифікату реєстрації системи якості як сертифікації ISO або будь-якого іншого.
- Бесіди/рекомендації від інших НУО, які обслуговує постачальник послуг.
- Отримання фінансових звітів, доступних для громадськості (доступні в деяких країнах) та перевірка наявності негативних випадків.
- Оцінка (наприклад, за допомогою лабораторних досліджень або валідаційних тестів) зразків, отриманих від постачальника. (див. Забезпечення якості)

Для того, щоб мати можливість представити результати оцінювання, загальноприйнятою практикою є складання підсумкового документа у вигляді порівняльної таблиці або повного звіту, який підписується всіма членами оціночної групи. Будь-який підсумковий документ повинен містити обґрунтовану рекомендацію щодо вибору постачальника та містити якомога більше пояснень щодо цього вибору.

Після того, як пропозиція про присудження постачальника буде затверджена, вибір запропонованого постачальника повинен бути підтверджений необхідним внутрішнім процесом затвердження в агентстві. Рішення про присудження контракту має бути повідомлено постачальнику-переможцю, а постачальники, які не пройшли відбір, мають бути повідомлені про це, а також має бути створений механізм для їхнього інформування та розгляду будь-яких можливих скарг.

Замовлення та укладання контрактів

Кожне замовлення має бути оформлене контрактом, замовленням на закупівлю (РО) або іншим офіційним документом про укладення договору.

- **Замовлення на закупівлю** це фінансове зобов'язання, яке підтверджує деталі закупівлі (одиниці виміру, кількість, ціну, час і місце доставки тощо), формалізує замовлення. РО використовується для простих замовлень, разових закупівель та невеликих сум, коли немає необхідності визначати складні ситуації та/або коли закупівля становить низький ризик для організації.
- **Контракти** це юридично зобов'язуючі угоди між організацією та постачальниками. Вони визначають умови надання товарів і послуг, а також пов'язані з ними права та обов'язки сторін, що їх підписали. Контракти використовуються, коли є потреба визначити умови в складному порядку (часткові поставки, різні терміни або місце, особливі умови продукту, великий фінансовий обсяг або потенційний ризик для організації тощо) і завжди для виконання роботи або надання спеціалізованої послуги.

Існує безліч форматів і типів договорів, що використовуються для різних видів послуг і товарів, а також різних місць укладання. Перелік деяких з найбільш поширених типів може включати в себе:

Контракт «витрати плюс»	Покупець зобов'язується відшкодувати продавцеві витрати, понесені ним при виконанні роботи. Цей тип контракту поширений там, де витрати, пов'язані з виконаною роботою, можуть бути різними.
Контракт з відшкодуванням витрат	Коли покупець і продавець погоджуються на загальну суму, яка, як правило, виплачується після завершення проєкту або на іншу визначену дату. Продавець зазвичай надає оцінку загальних витрат, яка передається покупцеві у вигляді бюджету. Якщо продавець досягне повної вартості до завершення робіт, він може звернутися до покупця за дозволом на продовження проєкту або припинення робіт. Додаткові витрати, матеріали або заходи, що виходять за рамки бюджету, вимагатимуть внесення змін до контракту, щоб продовжити його виконання. Цей тип контракту може знадобитися, якщо для проєкту необхідна гнучкість у витратах, або якщо обсяг робіт важко визначити, або якщо сам проєкт пов'язаний з високим ризиком. Цей тип контракту поширений для субпідрядних послуг, таких як повністю керований склад.
Контракт з фіксованою ціною	Домовленість між покупцем і продавцем про сплату конкретної грошової суми за певні товари або послуги. Вартість товарів чи послуг залишається незмінною, незалежно від того, скільки часу потрібно для їх виконання чи надання. Цей тип контракту є типовим для забезпечення повітряних або морських перевезень.
Контракт на час і матеріали	Угода, згідно з якою покупець зобов'язується оплатити продавцю час, який продавець витрачає на виконання проєкту, та витрати, які він зазнає впродовж проєкту. Цей тип контракту поширений для будівельних проєктів.

Контракт з ціною за одиницю роботи	Угода між продавцем і покупцем про оплату проєкту за одиницями роботи, наприклад, за певні обов'язки або конкретний продукт. Якщо продавець надає послугу, він розбиває проєкт на частини, перш ніж почати над ним працювати. Контракти з фіксованою ціною можуть встановлювати базову ціну на товар чи послугу, але не визначати кількість одиниць товару чи послуги, або навіть обов'язково часовий проміжок, протягом якого вони будуть придбані. Цей тип контракту є поширеним для купівлі окремих одиниць певного товару, наприклад, фізичного товару або єдиної послуги, що отримується спільно.
Алеаторний договір	Домовленість між сторонами виконати послугу або надати товар у разі настання певної події. Сторони зобов'язані виконати дію лише в тому випадку, якщо відбудеться заздалегідь визначена подія. Вид договору є типовим для страхових полісів.

З усіх типів договорів контакти загалом можна розбити на дві категорії:

Двосторонній договір	Угода, яка пов'язує дві або більше сторін взаємними зобов'язаннями. Це може статися, коли покупець і продавець обмінюються зобов'язаннями поставити товар або надати послугу. Обидві сторони погоджуються на договір, і вони дають обіцянки виконати певну дію.
Односторонній договір	Коли одна сторона угоди бере на себе зобов'язання виконати певну дію. Інша сторона не бере на себе зобов'язань за угодою, тому договірні зобов'язання має лише оферент.

Деякі агентства віддають перевагу використанню певної форми довгострокової угоди (LTA), коли постачальник проходить попередню перевірку за допомогою стандартного процесу запиту цінових пропозицій, але при цьому укладає безстроковий контракт на поставку товарів та послуг. Агентства-замовники, які уклали угоди з постачальниками, можуть використовувати прості повідомлення для потреб закупівель, такі як оголошення про закупівлю, із зазначенням одиниць виміру, кількості, деталей поставки та іншої важливої інформації. Теорія LTA полягає в тому, що єдиний постачальник, який використовується для рутинних закупівель, може бути обраний та перевірений один раз у заздалегідь встановлений період часу замість того, щоб щоразу брати участь у торгах.

Акт підписання Замовлення на закупівлю (PO) та Загальних положень та умов організації постачальником перетворює Замовлення на закупівлю на спрощений контракт. Організація повинна встановити поріг, за яким відносини більше не можуть бути формалізовані через Замовлення на закупівлю і виникає необхідність укладання контракту. Незалежно від методу закупівель, необхідно застосовувати Загальні положення та умови кожної організації, і бажано додавати їх до всіх контрактів та Замовлень на закупівлю.

Прийом та оплата

У документах замовлення (PO або контракті) повинні бути чітко вказані умови поставки. Умови поставки детально описують, хто візьме на себе відповідальність за переміщення товарів, коли і де передається відповідальність за продукцію, а також всі необхідні деталі для планування транспорту та логістики.

“ *Планування доставки включає в себе аналіз і розгляд всіх аспектів процесу закупівлі, пов'язаних з логістикою. Це починається на етапі оцінки потреб з розгляду бажаного результату підрозділу-замовника та кінцевого користувача і визначення дій, необхідних для забезпечення успішного завершення діяльності.* (Посібник ВПП із закупівель товарів і послуг, 2020 р.)

Передача відповідальності між продавцем/перевізником та агентством є важливим моментом у процесі закупівлі. Передача відповідальності може бути здійснена на підприємстві виробника/продавця, або повністю взята на себе постачальником, який буде відповідати за транспортування вантажу до узгодженого місця призначення. Погодженим місцем призначення

може бути або приміщення агентства, або склад, або, в особливих випадках, безпосередньо бенефіціари. Найбільш стандартним методом визначення способу та місця переходу відповідальності є [визначальні Інкотермс](#) в договорі про закупівлю. Однак Інкотермс застосовуються лише до міжнародних закупівель, тому передачу відповідальності у внутрішніх закупівлях, можливо, потрібно буде чітко прописати. У кожному випадку передача відповідальності повинна бути чітко зафіксована за допомогою [стандартного набору товаросупровідних документів](#).

Для більш простих поставок, або коли постачальник здійснює доставку до кінцевого пункту призначення, прийнято використовувати накладну, яка повинна містити як мінімум:

- Найменування та контактні дані продавця.
- Назва та контактні дані покупця.
- Дату видачі.
- Дату доставки товару.
- Опис товарів, що містяться в замовленні.
- Кількість кожного виду товару.

Після доставки товару одержувач повинен провести фізичний огляд упаковок за всіма товаросупровідними документами, щоб переконатися, що вони повністю відповідають вимогам договору, шляхом перевірки:

- **Кількості** - Що кількість отриманого товару збігається з кількістю, зазначеною в документах, і відповідає кількості, зазначеній в замовленні.
- **Якості** - Те, що отриманий товар відповідає умовам, зазначеним у товаросупровідних документах, та відповідає тому, що було визначено в договорі про закупівлю, не має пошкоджень та відповідає замовленій специфікації.

Якщо виявлено невідповідність кількості або якості, це має бути письмово зафіксовано в товаросупровідних документах. Без письмової заяви, зробленої під час доставки, буде дуже важко потім заявити, що продукція не відповідає замовленню.

Передача відповідальності стає чинною, коли представник організації підписує Накладну. Підписана Накладна на поставку, Замовлення на закупівлю (PO) та Комерційний рахунок-фактура будуть мінімальними обов'язковими документами для здійснення платежу. У випадку, якщо постачальник/перевізник не може надати жодного документа про доставку, навіть накладної, агентства можуть скласти і підписати Акт прийому-передачі товару (GRN), що формалізує передачу відповідальності за вантаж і вказує на будь-які розбіжності. Агенції, які складають власні Акт прийому-передачі товару, все одно повинні звернутися до постачальника або належним чином призначеного постачальником перевізника з проханням про взаємне підписання.