



Príloha č.3

Ovplyvnenie ceny nákupu dopytovým mixom

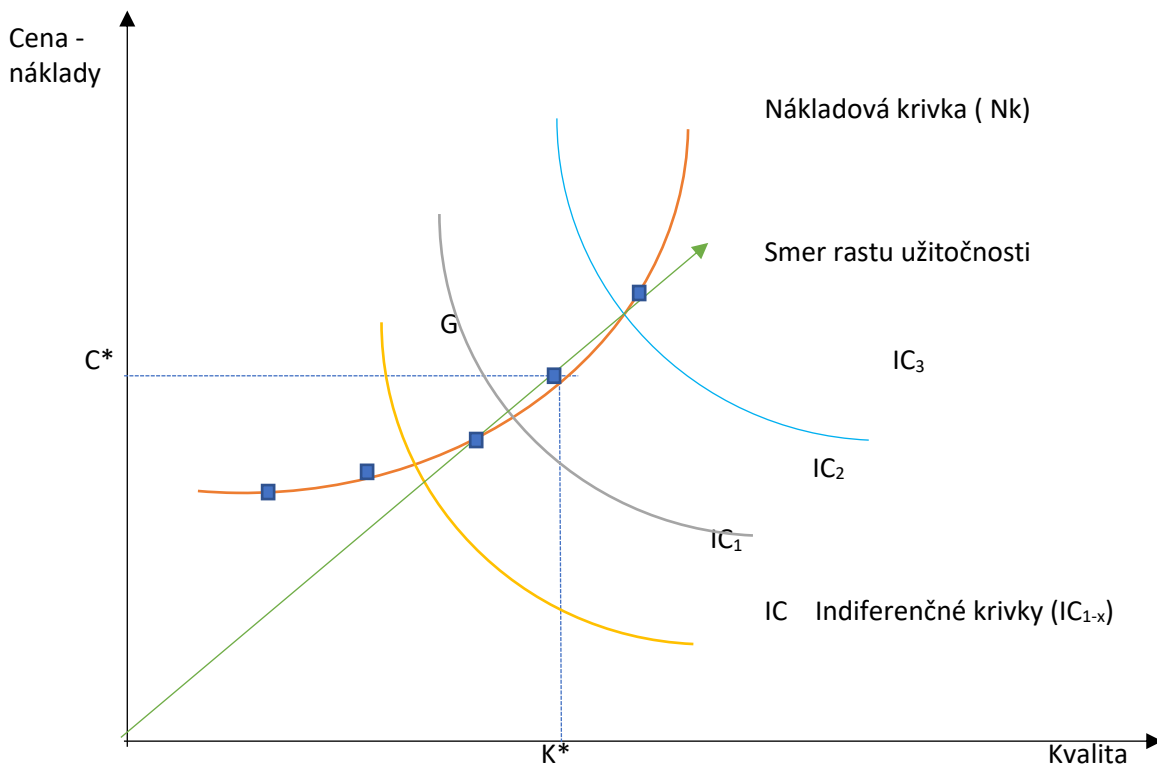
k dokumentu

## Koncepcia zníženia energetickej náročnosti a prevádzkových nákladov v zariadeniach TTSK

## Faktor 2 Oplyvnenie ceny nákupu dopytovým mixom (dopyt, ponuka, cena – náklady, kvalita)

V súlade so zabezpečením potrieb nakupujúceho a požiadaviek na zníženie CO<sub>2</sub>, energetickej náročnosti s použitím obnoviteľných zdrojov je potrebné nájsť a obstaráť optimálnu cenu za statky, tak aby bol naplnený globálny cieľ NUS Trnavskej župy. Faktor vstupujúci do procesu nákupu pri stanovenej predpokladanej hodnote zákazky ovplyvní cenu nákupu na základe kvalitného špecifikovania prvkov určujúcich potrebné požiadavky, vlastnosti a charakteristiky predmetu nákupu. Nakupujúci v zriaďovateľskej pôsobnosti TTSK v rámci predpokladaného nákupu a stanovenia výšky PHZ posudzuje dopyty na trhu s reálnymi ponukami. Stanovuje úroveň požiadaviek na predmet nákupu vo vyjadrení na kvalitu, kde je daná maximálna a minimálna hranica kvality. Opis predmetu nákupu je možné vyjadriť pomocou piatich prvkov, kde zásadným prvok je cena, ktorá zohráva rozhodujúcu rolu. Cena je tvorená v závislosti na kvalite, čase, mieste a vlastnostiach nakupovaného produktu. Za transparentné prvky nákupu, splniteľné bez zámeny, možno označiť čas a miesto. Za variantné riešenia považujeme prvky nákupu, cena (C\*), náklady (Nk) a kvalita produktu (K\*). Takto nastavené požiadavky a parametre prvkov vytvárajú marketingový mix, ktorý je manažovaný príslušným strategickým manažmentom.

Ak chceme určiť najlepší pomer ceny a kvality v rámci vyhodnotenia prieskumu trhu na základe stanovených požiadaviek, potom je dôležité posúdiť očakávanú kvalitu od potencionálnych dodávateľov oslovených v prieskume. V prípade vyjadrenia kvality jedným atribútom napr. bezporuchovosť, sa nakupujúci rozhoduje medzi cenou a kvalitou, kde sa predpokladá exponenciálna závislosť zvýšenia ceny zvýšením kvality a rast užitočnosti. Táto skutočnosť je premietnutá do nasledujúceho grafu.



Obr. č.1 : Graf vyjadrujúci závislosť ceny a kvality pri nákupe statkov Zdroj: vlastné spracovanie

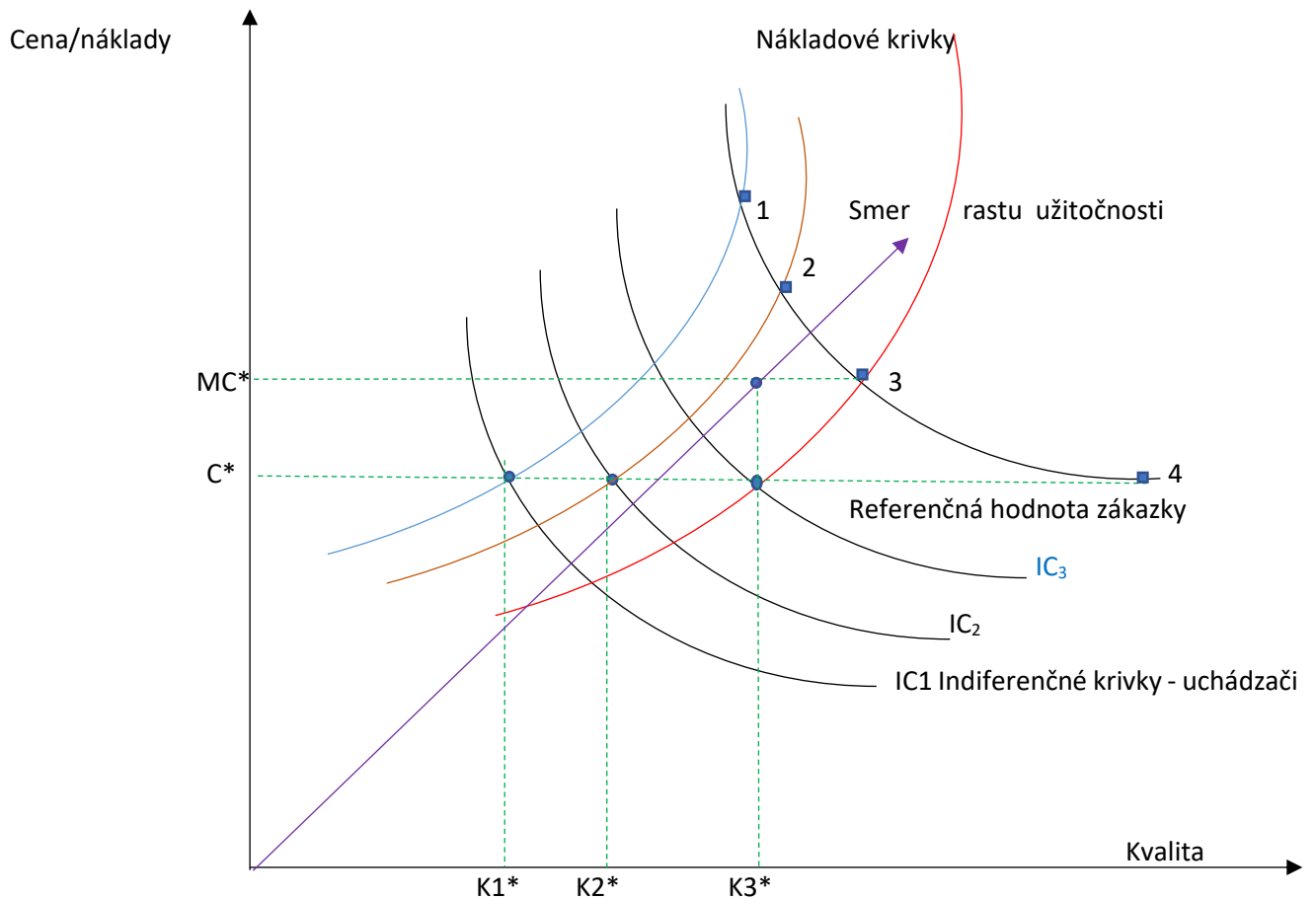
Cena ako aj náklady sa zvyšujú pozdĺž vertikálnej osi a kvalita sa zvyšuje pozdĺž horizontálnej osi grafu. Pomer medzi cenou ( $C^*$ ) nákladmi na zabezpečenie Predmetu nákupu v požadovanej kvalite ( $K^*$ ) vyjadruje Indiferenčná krivka. Indiferenčné krivky vyjadrujú schopnosť nákupcu posúdiť, ktorý predmet nákupu je pre neho najviac užitočný, ktorý menej užitočný a ktorý rovnako užitočný. Znamená to, že krivky spájajú všetky body, ktoré sú pre nákupcu rovnako dobré teda dosahuje v nich rovnakú užitočnosť a takýmto bodom je bod G na  $IC_2$  a nákladovej krivke ( $N_k$ ). Krivka smeru rastu užitočnosti nám stúpa smerom vpravo a hore, ak nákupca preferuje rast ceny v súlade s rozpočtom) za predmet nákupu a maximálnu možnú kvalitu za vynaložené finančné prostriedky. Uvedené smeruje k rastúcej užitočnosti predmetu pre nákupcu. Bod dotyku nákladovej krivky, indiferenčnej krivky a priamky užitočnosti predstavuje stret optimálneho pomeru medzi cenou - nákladmi a kvalitou, ako i očakávanou užitočnosťou predmetu nákupu pre nákupcu.

V prípade, ak by k stretu nedošlo, znamenalo by to, že prieskum trhu bol vykonaný nedostatočne, nebola predložená taká ponuka, ktorá by spĺňala požiadavky na predmet nákupu, a teda trh nie je schopný ponúknuť nákupcovi predmet, za predpokladanú hodnotu zákazky, ktorú chce nákupca ponúknuť pri uspokojení svojej potreby. Nákupca preferuje stret kriviek aby bol nižšie a/alebo viac vpravo – smer rastu užitočnosti, avšak v tomto priestore nie je trh schopný ponúknuť žiadny predmet – inak by bola cena pod náklady predmetu, čo sa bežne nestane. Dodávateľ ponuky na trhu by bol najradšej, ak by stret kriviek bol vyššie a/alebo viac vľavo, kde by mohol ponúknuť produkt s vyššou maržou v rovnakej alebo ešte nižšej kvalite. Pre nákupcu je vhodný ktorýkoľvek bod na nákladovej krivke (vyjadruje optimálny pomer ceny a kvality), avšak v praxi trh asi takou širokou škálou produktov nedisponuje.

Ak v rámci procesu nákupu budú od uchádzačov predložené ponuky, ktoré nie sú úplne v súlade s danými požiadavkami, musí nákupca prijať tieto opatrenia:

- nastavenie minimálnych požiadaviek na predmet zákazky, vrátane kvalitatívnych požiadaviek, na hodnotu  $K^*$  a následne bude súťažiť najnižšiu cenu;
- stanovenie ceny  $C^*$  a následne bude súťažiť len kvalitu;
- použitie metódy oceňovania kvality ( $K^*$ ) popísanej vyššie;
- použitie najoptimálnejších kritérií, relatívnych váh kritérií a pravidiel na uplatnenie kritérií tak, aby sa ponuka úspešného uchádzača čo najviac priblížila optimálnemu pomeru ceny a kvality.

V súčasných trhových podmienkach je situácia pomerne zložitá a je problematická pre nákupcu získať aspoň jednu indikatívnu ponuku na určenie predpokladanej hodnoty zákazky, táto však vôbec nemusí odzrkadľovať skutočné trhové podmienky. Je preto obzvlášť dôležité, aby kritériá, relatívne váhy kritérií a pravidlá na uplatnenie kritérií boli nastavené tak, aby uchádzači podali tú najoptimálnejšiu ponuku, vzhľadom ku skutočnosti, že ponúkané statky na trhu sú heterogénne. Pre nákupcu je uplatnenie vyhodnocovania ponúk na základe pomeru ceny a kvality výhodné práve v tom, že môže požiadavky na predmet zákazky vrátane kvalitatívnych požiadaviek stanoviť ako minimálne, a tak aj de facto minimálne obmedziť hospodársku súťaž cez opis predmetu zákazky. Uchádzači majú potom možnosť pri predkladaní ponúk bojovať o zadanie zákazky výlučne na základe pomeru ceny a kvality. V reálnom živote graf troch uchádzačov by mohol vyzerať približne takto:



Obr. č. 2: Graf súťaže kvality pri stanovenej cene; Zdroj: vlastné spracovanie

Graf vyjadruje verejný nákup pri predložení troch ponúk od uchádzačov, ktorí navzájom vytvárajú konkurenciu, majú rôznorodé tovary, služby práce (heterogénny statok) a teda existujú aj tri rozdielne nákladové krivky. V niektorých prípadoch môže nastať situácia kedy tovar, služby a práce sú totožné (homogénne) avšak uchádzači majú rozdielne náklady na vytvorenie statku v požadovanej kvalite – iný technologický postup a pokrok, štátne dotácie a pod. Za cenu  $C^*$  je každý pripravený ponúknuť inú kvalitu  $K1^*$ ,  $K2^*$  a  $K3^*$ . V prípade, že by mali všetci traja uchádzači rovnakú cenu  $C^*$ , potom uchádzač č.3, ktorý nakupujúcemu ponúka kvalitu  $K3^*$  je pre uspokojenie potrieb nákupcu najoptimálnejší, a teda mal by byť úspešný v prípade, ak si nakupujúci v správne nastavil kritéria kvality, relatívne váhy kritérií a pravidlá na uplatnenie kritérií. Ak uchádzač č. 3 ( $IC_3$ ) bude poznať nákladovú krivku iných uchádzačov a bude chcieť maximalizovať zisk, môže svoju cenu zvýšiť až na hodnotu  $MC^*$ , pričom stále bude poskytovať najoptimálnejšiu kombináciu ceny a kvality. V dokonalej konkurencii by tento prípad nemal nikdy nastať. Nakupujúci v ZPTTSK by sa mal správať maximálne zodpovedne aby nevytvoril priestor a podmienky pre korupciu. Uchádzači by si nemali reálne poznať nákladové krivky (statkov) a cena by sa mala pohybovať niekde medzi hodnotou  $MC^*$  a  $C^*$ . Rozdiel medzi  $MC^*$  a skutočnou cenou  $C^*$  za predpokladu dodržania kvality  $K_3$  je možné považovať za úsporu na strane nákupcu.

### Kritéria na vyhodnotenie ponúk

Všetky nákupy musia byť realizované v súlade s platnou legislatívou, ktoré demonštratívne stanovuje, čo môže byť kritérium na vyhodnotenie ponúk. Stanovovanie kritérií na vyhodnotenie ponúk nákupcom však nebýva bezproblémové a je náchylné na možné zneužitie. Skutočnosť možno vysvetliť tak, že existuje veľa aspektov pri výbere úspešného uchádzača a kritériá, relatívne váhy kritérií a pravidlá na uplatnenie kritérií sú jednými z nich, pričom nakupujúci si často až do momentu predloženia ponúk a otvárania kritérií neuvedomuje dôsledky ním zvolených kritérií, relatívnych váh kritérií a pravidiel na uplatnenie kritérií. Z tohto dôvodu väčšina nakupujúcich, ktorí vyhodnocujú ponuky metódou bodovania kvality, po vyhodnotení ponúk a výbere úspešného uchádzača musia vysvetliť dôvod daného výberu.

Na základe požiadaviek NUS Trnavskej župy a opatrení na realizáciu globálneho cieľa sú strategickým manažmentom definované hlavné procesy. Prostredníctvom procesu nákupu je možné dosiahnuť úsporu na cene nakupovaných statkov pri kvalitne nestavených kritériách. Je na rozhodujúce na základe akých objektívnych kritérií bude nakupujúci vyhodnocovať ponuky. Stanovené kritéria však musia súvisieť s predmetom zákazky a zároveň musia byť koncipované v súlade so zásadami transparentnosti, nediskriminácie a rovnakého zaobchádzania, čím sa zabezpečí vyhodnocovanie ponúk v podmienkach efektívnej a čestnej hospodárskej súťaže. Základným cieľom takto stanovených kritérií na vyhodnotenie ponúk je výber ekonomicky najvýhodnejšej ponuky na základe pomeru ceny a kvality. Kritériom na vyhodnotenie ponúk nesmie byť najmä dĺžka záruky, podiel subdodávok a inštitúty zabezpečujúce zmluvné plnenie. Kritériom nemôže byť z rovnakej logiky ani počet referencií a obrát uchádzača.

Za normálnych okolností by mal prieskum trhu najst, určiť a predložiť najkonkurenčnejšiu ako i predpokladanú hodnotu zákazky (nákupu). (zdroj [www.verejneobstaravania.sk](http://www.verejneobstaravania.sk))

Zdroj:

[http://fhi.sk/files/katedry/kove/predmety/Mikroekonomicka\\_analyza/2\\_MIA\\_Podmienky-rovnovahy-spotrebitela.pdf](http://fhi.sk/files/katedry/kove/predmety/Mikroekonomicka_analyza/2_MIA_Podmienky-rovnovahy-spotrebitela.pdf)