



# Инструменты для успешных поставщиков B2G

Практическое руководство  
по стратегии и тактике  
участия в госзакупках

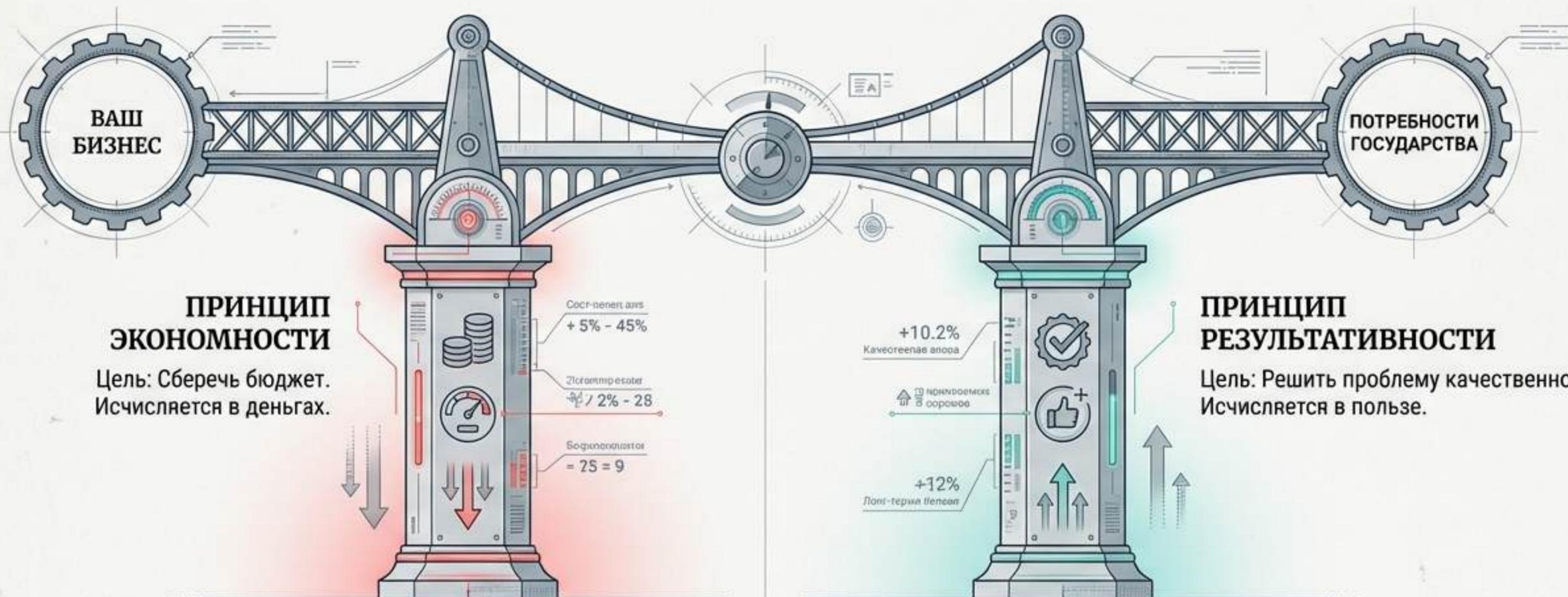


МАТЕРИАЛЫ К УРОКУ №1



# Два принципа, которые определяют ваш успех

Государство, как заказчик, всегда балансирует между желанием сэкономить (ст. 34 БК РФ) и необходимостью получить качественный результат. Ваша задача – вписаться в одну из этих логик.



Используйте следующие чек-листы, чтобы понять, на какой стороне ваша сила.

# Чек-лист №1: Есть ли у вас преимущество в издержках?

Отвечайте «Да» или «Нет». Это определяет вашу способность работать в стратегии низкой цены.

<input type="checkbox"/>	Вы можете производить или поставлять стандартизированный товар дешевле большинства конкурентов, сохраняя качество (ГОСТ, ТУ)?
<input type="checkbox"/>	У вас есть уникальные условия у поставщиков сырья, дающие ценовое преимущество?
<input type="checkbox"/>	Ваша логистика или производственные процессы оптимизированы так, что реально снижают себестоимость?
<input type="checkbox"/>	Вы готовы открыто обосновать низкую цену (например, автоматизацией), а не экономией на качестве?

**ВЕРДИКТ:** Если ответов «Да» нет – демпинг убьет ваш бизнес. Ищите другой путь.

# Чек-лист №1: Есть ли у вас преимущество в дифференциации?

Если вы не самый дешевый, вы должны быть самым полезным.

<input type="checkbox"/>	Ваш товар/услуга имеет объективно улучшенные характеристики (срок службы, безопасность, функциональность)?
<input type="checkbox"/>	Вы предлагаете комплексное решение «под ключ», снимающее с заказчика головную боль?
<input type="checkbox"/>	К продукту прилагается уникальный сервис, расширенная гарантия или обучение персонала?
<input type="checkbox"/>	Вы можете доказать (с цифрами), что ваше «дорогое» предложение сэкономит бюджет в будущем?

**ВЕРДИКТ:** Ваши «Да» в этом списке – это основа для обоснования цены и формирования ТЗ.

## Фильтр легальности: Проверка на безопасность



### Факты против сговора

Ваше преимущество основано на реальных фактах (патенты, технологии), а не на кулуарных договоренностях?



### Объективность

Если ваше уникальное отличие станет обязательным требованием в ТЗ, это будет обосновано реальной потребностью заказчика?



### Готовность к бою

Вы готовы конкурировать честно, если придет участник с аналогичным решением?

**КРИТИЧЕСКИ  
ВАЖНО. ДАЖЕ  
СИЛЬНОЕ  
ПРЕИМУЩЕСТВО  
ДОЛЖНО БЫТЬ  
ЗАКОННЫМ.**

**Если хотя бы одно «Нет» – СТОП. Риск отмены закупки или штрафов слишком велик.**

# Чек-лист №2: Выбор стратегии

## АЛЫЙ ОКЕАН

Конкуренция издержек



- **Продукт:** Стандартизирован (канцтовары, стройка).
- **Фокус:** Качество по ГОСТу + Минимальная цена.

## ГОЛУБОЙ ОКЕАН

Фокус на ценность



- **Продукт:** Уникален или «решение под ключ».
- **Фокус:** Ценность и итоговый результат.

Выберите свой океан, чтобы увидеть тактические шаги на следующем слайде.

# Тактика для «Алого океана»

Как выжить в ценовой войне.



## МАТЕМАТИКА

- Рассчитана ли ваша минимальная цена с учетом всех скрытых издержек (гарантии, штрафы, отчетность)?



## РЕСУРСЫ

- Есть ли у вас реальный запас прочности, чтобы торговаться без убытка?



## СТАРТ

- Готовы ли вы начинать с малых закупок для репутации, избегая крупных рискованных контрактов?



## ОПТИМИЗАЦИЯ

- Есть ли план снижения издержек (логистика, опт) ПОСЛЕ выигрыша контракта?

# Тактика для «Голубого океана»

Как продать ценность, а не цену.



## ФОРМУЛИРОВКА

- Можете ли вы четко описать, какую проблему вы решаете лучше других?



## ОБОСНОВАНИЕ

- Подготовлен ли расчет эффективности (почему высокая цена выгодна государству)?



## РАБОТА «ДО»

- Готовы ли вы консультировать заказчика и формировать потребность ДО объявления тендера?

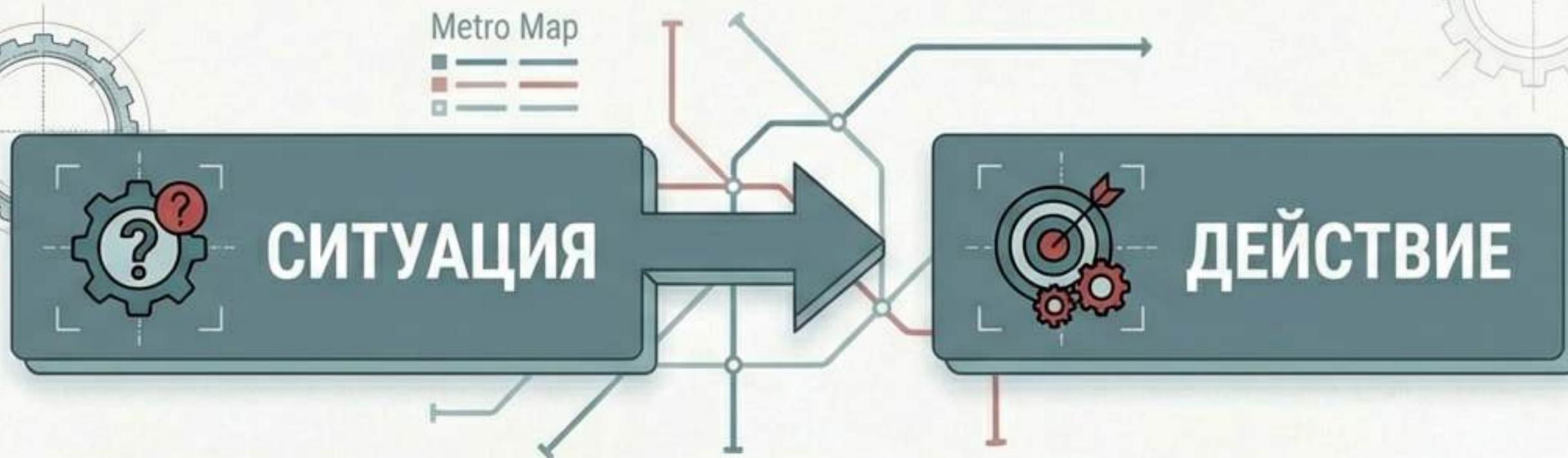


## ЗАЩИТА

- Как вы защитите свое решение от копирования (патент, эксклюзивные права)?

# Дорожная карта решений «Если / То»

Рынок B2G динамичен. Используйте эту матрицу, чтобы быстро ориентироваться в типовых ситуациях.



**Трек 1:** Вход на рынок и Развитие (Зеленый)



**Трек 2:** Управление рисками (Красный)

# Сценарии: Вход и Развитие



Если вы новичок и только изучаете рынок...



Если вы предлагаете инновационное решение...



Если вы выиграли первый контракт...



Начните с анализа малых закупок (<600к). Подайте 2-3 заявки в «тренировочном режиме».



Не ждите тендера. Начните диалог с заказчиком заранее (семинары, кейсы).



Выполните его идеально. Ваша цель сейчас – не прибыль, а репутация.

# Сценарии: Риски и Красные флаги

## ВНИМАНИЕ: ВЫСОКИЙ РИСК



### ЕСЛИ (СИТУАЦИЯ)

Если ТЗ написано узко под конкретный бренд («заточка»)...



### ТО (ДЕЙСТВИЕ)

Проанализируйте обоснование. Если его нет – уходите. Закупку могут отменить.



### ЕСЛИ (СИТУАЦИЯ)

Если цена упала до нулевой рентабельности...



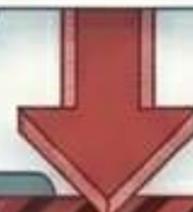
### ТО (ДЕЙСТВИЕ)

Откажитесь, если это не стратегический вход. Убыток опаснее отсутствия контракта.



### ЕСЛИ (СИТУАЦИЯ)

Если вы не понимаете, в чем ваше преимущество...



### ТО (ДЕЙСТВИЕ)

Стоп. Вернитесь к Чек-листу №1. Не выходите на тендеры без преимущества.

# Ваш алгоритм победы



“Успех в B2G — это не удача. Это технология.”

Удачи на торгах!