



„Badanie rynku w procesie przygotowania zamówienia publicznego. Agregacja zamówień i naturalna konkurencja.”

Gdynia, 28.08.2026r.

Agnieszka Szajkowska

Potrzeba zakupowa

Zanim określimy przedmiot zamówienia, określimy potrzebę.

POTRZEBA ≠ PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Potrzeba zakupowa odpowiada na pytania:

- ☐ Jaki problem chcemy rozwiązać?
- ☐ Jaki rezultat chcemy osiągnąć?
- ☐ Kto i w jaki sposób będzie korzystał z rozwiązania?
- ☐ Kiedy i przez jaki okres rozwiązanie będzie potrzebne?
- ☐ Jakie wymagania są rzeczywiście niezbędne?
- ☐ Czy rynek może zaspokoić tę potrzebę na różne sposoby?

Najpierw definiujemy potrzebę. Dopiero potem szukamy rozwiązania na rynku.

Badanie Rynku

Badanie rynku jest elementem przygotowania zakupu. Pozwala skonfrontować potrzebę zamawiającego z rzeczywistymi możliwościami rynku.

Badamy rynek = ustalamy:

→ CO OFERUJE RYNEK?

Jakie produkty, usługi lub rozwiązania mogą zaspokoić naszą potrzebę?

Czy istnieją rozwiązania alternatywne wobec tego, które pierwotnie zakładaliśmy?

→ KTO DZIAŁA NA RYNKU?

Ilu jest potencjalnych wykonawców?

Czy rynek jest szeroki i konkurencyjny, czy wyspecjalizowany i ograniczony?

→ JAK RYNEK REALIZUJE TAKIE ZAMÓWIENIA?

Jakie rozwiązania, technologie, standardy, terminy i modele realizacji są typowe dla danego rynku?

→ JAKIE SĄ REALNE CENY?

Jaki jest poziom cen?

Co wpływa na cenę i jakie elementy zamówienia generują największe koszty?

→ JAKIE SĄ OGRANICZENIA RYNKU?

Czy nasze wymagania są możliwe do spełnienia?

Czy któreś z nich mogą niepotrzebnie ograniczyć liczbę potencjalnych wykonawców?

Badanie Rynku

„5” obszarów działania:

- **PRZEDMIOT**
- **WYKONAWCY**
- **WARUNKI REALIZACJI**
- **CENA**
- **KONKURENCJA**

Badanie Rynku – PRZEDMIOT - WYKONAWCY

1. PRZEDMIOT - Co możemy kupić?

- jakie rozwiązania są dostępne,
- jakie są ich parametry i funkcjonalności,
- jakie rozwiązania są standardem,
- jakie istnieją rozwiązania alternatywne,
- co jest standardem, a co wymaganiem niestandardowym.

2. WYKONAWCY - Kto może zaspokoić naszą potrzebę?

- ilu wykonawców funkcjonuje na rynku,
- jaki jest ich normalny zakres działalności,
- czy wykonawcy mają odpowiednie doświadczenie i zasoby,
- czy mamy rynek lokalny, krajowy czy szerszy,
- czy rynek jest rozdrobniony czy skoncentrowany.

Badanie Rynku – WARUNKI REALIZACJI – CENA - KONKURENCJA

3. WARUNKI REALIZACJI - Jak rynek realizuje takie zamówienia?

- typowe terminy realizacji,
- sposób dostawy lub świadczenia usługi,
- gwarancja i serwis,
- warunki płatności,
- dostępność produktów i usług,
- typowe ograniczenia wykonawców.

4. CENA - Ile może kosztować zaspokojenie potrzeby?

- poziom cen rynkowych,
- sposób kalkulacji ceny,
- elementy wpływające na koszt,
- możliwe koszty dodatkowe,
- wpływ ilości, czasu realizacji i zakresu na cenę.

5. KONKURENCJA - Jak szeroki jest rzeczywisty rynek?

- ilu wykonawców może potencjalnie zrealizować zamówienie,
- czy oferują porównywalne rozwiązania,
- czy istnieje wspólny krąg wykonawców,
- czy nasze wymagania nie eliminują części rynku,
- czy zakres zamówienia odpowiada strukturze rynku.

Metody badania rynku – ANALIZA INFORMACJI Z RYNKU

- ❑ **Internet**
strony wykonawców, producentów i dystrybutorów
- ❑ **Katalogi, cenniki i oferty handlowe**
informacje o produktach, parametrach, cenach i warunkach
- ❑ **Własne doświadczenia zakupowe**
wcześniejsze postępowania, oferty, zawarte umowy i ich realizacja
- ❑ **Rynek zamówień publicznych**
postępowania prowadzone przez innych zamawiających, opisy przedmiotu zamówienia, oferty i wyniki postępowań
- ❑ **Informacje branżowe**
raporty, analizy rynku, publikacje, standardy i dane branżowe

Metody badania rynku – KONTAKT Z RYNKIEM

- ❑ **Zapytania informacyjne**
pozyskanie informacji o dostępnych rozwiązaniach, parametrach czy warunkach realizacji
- ❑ **Zapytania o ceny**
pozyskanie informacji pozwalających poznać poziom cen rynkowych
- ❑ **Rozmowy z uczestnikami rynku**
poznanie możliwości i ograniczeń występujących po stronie wykonawców
- ❑ **Konsultacje z ekspertami**
uzyskanie specjalistycznej wiedzy o przedmiocie lub rynku
- ❑ **Wstępne konsultacje rynkowe**
szerszy dialog z rynkiem przed wszczęciem postępowania w celu właściwego przygotowania zamówienia.

Która „metoda” jest najbardziej odpowiednia?

- ☐ PROSTY, STANDARDOWY ZAKUP
- ☐ ZAKUP O WIĘKSZEJ WARTOŚCI
- ☐ ZŁOŻONE / NIESTANDARDOWE ZAMÓWIENIE
- ☐ 1 WYKONAWCA

Zakres badania rynku powinien być proporcjonalny do wartości, złożoności i ryzyka planowanego zakupu

Metody pozyskiwania ofert

Przedmiot zamówienia	Wartość szacunkowa netto w PLN	Termin realizacji	Zapytanie ofertowe	Badanie rynku	Zamówienie bezpośrednie
Kwiaty do gabinetu Dyrekcji	45,00	jutro	Brak czasu	Brak czasu Niepewność terminu realizacji	Natychmiastowa realizacja, bezpośredni wpływ na przedmiot zamówienia i jego realizację
Zakup lodówki dla Pracowników	2000,00	2 tyg.	Przygotowanie dokumentacji, przedmiotu zamówienia pozostawia krótki czas na termin realizacji	Nieokreślona ilość dostawców sprzętu AGD, porównania modeli oraz cen, elastyczne terminy realizacji, szybkość porównania i oceny ofert w stosunku do jakości	Brak pewności czy na rynku nie ma lepszych lodówek w lepszej cenie

Metody pozyskiwania ofert

Przedmiot zamówienia	Wartość szacunkowa netto w PLN	Termin realizacji	Zapytanie ofertowe	Badanie rynku	Zamówienie bezpośrednie
Samochód klasy C	110.000, 00	4-8 tyg. (mamy czas)	Możliwość negocjacji dodatkowego wyposażenia. Możliwość otrzymania ofert wariantowych. Możliwość porównania modeli, osiąarów, gwarancji, terminów realizacji itd. Decyzja może być podjęta zgodnie z indywidualizowaną potrzebą przyszłego użytkownika auta.	Brak możliwości negocjacji z dostawcami.	Brak pewności czy na rynku nie ma samochodów klasy C, które bardziej odpowiadałyby potrzebom Zamawiającego.

Naturalna konkurencja

Naturalną konkurencję możemy rozpatrywać jako rzeczywisty krąg wykonawców funkcjonujących na danym rynku, którzy w normalnych warunkach są zdolni i potencjalnie zainteresowani realizacją określonego zamówienia.

Analizując rynek, warto odpowiedzieć na pytania:

- ❑ → **Jaka potrzeba ma zostać zaspokojona?**
Co jest rzeczywistym celem zakupu i jakie rozwiązania dostępne na rynku mogą ten cel zrealizować?
- ❑ → **Jak wygląda rynek właściwy dla tej potrzeby?**
Czy poszczególne dostawy lub usługi są oferowane przez ten sam lub zbliżony krąg wykonawców?
- ❑ → **Kto jest potencjalnym wykonawcą?**
Czy wykonawcy zainteresowani jednym elementem zamówienia są również naturalnie zainteresowani realizacją pozostałych jego elementów?
- ❑ → **Co stanowi normalny zakres działalności wykonawców?**
Czy dane produkty należą do ich typowego asortymentu, a usługi do zwykłego zakresu prowadzonej działalności?
- ❑ → **Czy sposób określenia zamówienia wpływa na konkurencję?**
Czy połączenie różnych potrzeb w jedno zamówienie nie powoduje, że wykonawcy zdolni do realizacji jego części nie mogą ubiegać się o całość?

Naturalna konkurencja

WNIOSEK:

Naturalnej konkurencji szukamy na rzeczywistym rynku, a nie wyłącznie w nazwie zamówienia, kodzie CPV czy fizycznym podobieństwie jego elementów.

Strategia "Small Business Act" dla Europy promuje dzielenie zamówień na części, aby umożliwić mniejszym podmiotom udział w rynku zamówień publicznych, co powoduje, że małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) otoczone są szczególną ochroną w zakresie wydatkowania funduszy unijnych. Tworzenie zamówienie gdzie mamy tzw. "mydło i powidło" promuje:

- ❑ tworzenie konsorcjów - producent mebli musiałby zawiązać konsorcjum z dostawcą IT i dostawcą sprzętu rehabilitacyjnego, a jest to proces czasochłonny, kosztowny, ryzykowny prawnie (odpowiedzialność solidarna) i nieopłacalny dla zamówienia o relatywnie niewielkiej wartości,
- ❑ podwykonawstwo - wykonawca musi kupić towar, na którym się nie zna, biorąc za niego odpowiedzialność gwarancyjną,
- ❑ pośrednictwo - jedynymi beneficjentami takiej struktury są firmy handlowe (hurtownie wszystkiego), które nie wytwarzają wartości dodanej, a jedynie agregują marże, a to jest sprzeczne z zasadą racjonalności wydatków, gdyż zamawiający płaci drożej (marża producenta + marża pośrednika).

Zbadaliśmy Rynek. Co Dalej?

- ☐ Definiujemy zakres zamówienia
- ☐ Ustalamy relacje między planowanymi zakupami
- ☐ Patrzymy na naturalny rynek wykonawców
- ☐ Podejmujemy decyzję o agregacji
- ☐ Ustalamy wartość zamówienia

Termin ustalenia wartości zamówienia

Art. 28 PZP

Podstawą ustalenia wartości zamówienia jest całkowite szacunkowe wynagrodzenie wykonawcy bez podatku od towarów i usług, ustalone z należytą starannością

- 3 miesiące przed wszczęciem postępowania dla dostaw i usług
- 6 miesięcy przed wszczęciem postępowania dla robót budowlanych

!!! Zmiana okoliczności mających wpływ na dokonane ustalenie !!!

Zamawiający przed wszczęciem postępowania dokonuje zmiany wartości zamówienia

Zasady

- ❑ Zamawiający nie może, w celu uniknięcia stosowania przepisów ustawy, zaniżać wartości zamówienia lub konkursu, lub wybierać sposobu obliczania wartości zamówienia
- ❑ Zamawiający nie może dzielić zamówienia na odrębne zamówienia, jeżeli prowadzi to do niestosowania przepisów ustawy, chyba że jest to uzasadnione obiektywnymi przyczynami

Art. 29

Zasady

- ❑ Jeżeli zamawiający planuje udzielić zamówienia na **roboty budowlane** lub **usługi** w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania, lub dopuszcza możliwość składania ofert częściowych wartością zamówienia jest łączna wartość poszczególnych części zamówienia
- ❑ W przypadku gdy zamawiający planuje nabycie podobnych **dostaw** wartością zamówienia jest łączna wartość podobnych dostaw, nawet jeżeli zamawiający udziela zamówienia w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania, lub dopuszcza możliwość składania ofert częściowych
- ❑ Przy obliczaniu wartości zamówienia na roboty budowlane wliczamy wartość dostaw i usług

Zasady

- W przypadku gdy zamawiający składa się z kilku jednostek organizacyjnych całkowitą wartość zamówienia ustalamy dla wszystkich jednostek organizacyjnych łącznie

Opcja

Prawo rozszerzenia zamówienia podstawowego o pewne usługi lub dostawy, które towarzyszą zamówieniu podstawowemu, a co do których zamawiający na etapie wszczęcia postępowania nie podjął decyzji, czy będzie z nich korzystał. Zastrzegając prawo opcji, zamawiający każdorazowo może skorzystać z możliwości rozszerzenia zamówienia o konkretny przedmiot, nietożsamy z przedmiotem zamówienia, jednak każdorazowo z nim ściśle związany, bądź też zmienić określoną część zamówienia na inne, również ściśle określone, pozostające w związku z zamówieniem podstawowym. Opcja to przewidywane przez zamawiającego na etapie planowania zamówienia **największa ilość czynności do wykonania** dla wykonawcy, jaka zamawiającemu jest potrzebna, ale co do której liczy się z tym, że może okazać się przede wszystkim ze względów finansowych niemożliwa do realizacji (KIO 827/13; KIO 832/13)

Wznowienie

Zamówienia wznawiane to zamówienia udzielane po przeprowadzeniu jednego postępowania i objęte jedną umową, w której zastrzeżono możliwość jej realizacji partiami, przy czym realizacja kolejnych partii obejmujących ten sam zakres przedmiotowy zamówienia wymaga decyzji zamawiającego. Są rodzajem **powtórzenia zamówienia w określonym czasie**, co powinno być przewidziane w dokumentach zamówienia oraz w umowie. Wznowienia nie wymagają zmiany umowy, różnią się też od zamówień powtarzających się brakiem cykliczności.

Opcja vs Wznowienie

- Przy ustaleniu wartości zamówienia uwzględnia się największy możliwy zakres tego zamówienia z uwzględnieniem opcji oraz wznowień

Opcja – wszystkie rodzaje zamówień

Wznowienie – dostawy oraz usługi

Agregacja dostaw

Art. 30 ust. 2 PZP

W przypadku gdy zamawiający planuje nabycie podobnych dostaw, wartością zamówienia jest łączna wartość podobnych dostaw, nawet jeżeli zamawiający udziela zamówienia w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania, lub dopuszcza możliwość składania ofert częściowych.

Podobne dostawy - produkty o identycznym lub podobnym przeznaczeniu

!!! Jeżeli zatem dostawy nie są takie same lub podobne lub nie ma możliwości ich zaplanowania

– **BRAK** konieczności łącznego szacowania

Dostawy podobne

Dyrektywa, preambuła:

„Należy również doprecyzować, że do celów szacowania progów pojęcie podobnych dostaw należy rozumieć jako produkty o identycznym lub podobnym przeznaczeniu – jak np. dostawy różnych rodzajów żywności lub różnych mebli biurowych. Zazwyczaj wykonawca działający w danym sektorze byłby zainteresowany dostawą takich artykułów jako części swojego normalnego asortymentu”

!!! Podobna dostawa: „jeden sklep i jeden cel”

- nie ma znaczenia podobieństwo fizyczne
- nie ma znaczenia numer CPV

Zamówienia podobne a usługi

Komentarz UZP:

Zasada podobieństwa nie dotyczy natomiast usług, o których mowa w art. 30 ustawy z 11.09.2019 r. - PZP.

Przepisy PZP i dyrektywy klasycznej:

„nie nakazują łącznego szacowania podobnych usług. Ustalając wartość zamówienia na usługi, zamawiający odnosi się do konkretnej usługi, którą zamierza nabyć.

W przypadku usług łącznemu szacowaniu podlegać będą zatem jednorodne usługi, jeśli zostały lub powinny zostać przewidziane przez zamawiającego"

Agregacja USŁUG

Art. 30 ust. 1 PZP

Jeżeli zamawiający **planuje** udzielić zamówienia na roboty budowlane lub usługi w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania, lub dopuszcza możliwość składania ofert częściowych, wartością zamówienia jest łączna wartość poszczególnych części zamówienia.

Agregacja USŁUG

□ USŁUGI – identyczna, jednorodna usługa możliwa do przewidzenia

!!! Ustawa nie nakazuje łącznego szacowania wartości (jednorodnej) usługi z wartością innej usługi o podobnym przeznaczeniu

Usługi jednorodne

- ❑ Ustalając wartość zamówienia na usługi, zamawiający odnosi się do konkretnej usługi, którą zamierza nabyć
- ❑ W przypadku usług łącznemu szacowaniu podlegać będą, zatem **jednorodne usługi**, jeśli zostały lub powinny zostać przewidziane przez zamawiającego
- ❑ Usługi jednorodne, należy brać pod uwagę:
 - rynek wykonawców
 - Przewidywalność

Jeżeli zatem w tym samym czasie możliwe jest udzielenie podobnego przedmiotowo i funkcjonalnie zamówienia na usługi, które może być wykonane przez jednego wykonawcę, mamy do czynienia z **jednym zamówieniem**

Tożsamość

KIO-2021-Uchwała-KIO-KD-9-21 zasada trzech tożsamości:

- ❑ **Tożsamość przedmiotowa** zamówienia, tj. czy przedmiot zamówienia jest taki sam bądź ze względów technologicznych, recepturowych, właściwości fizycznych lub użytkowych może być uznany za tożsamy
- ❑ **Tożsamość czasowa** zamówienia, tj. czy postępowania o udzielenie zamówienia są wszczynane w tym samym czasie lub zaplanowane do wszczęcia w danej perspektywie czasowej, np. zaplanowane w planach rzeczowo – finansowych na dany rok budżetowy, albo objęte decyzją o udzieleniu wsparcia finansowego na realizację określonego projektu
- ❑ **Tożsamość podmiotowa** / wykonawcy zamówienia, czyli czy istnieje możliwość wykonania zamówienia przez tego samego wykonawcę w tym samym czasie

Źródło finansowania zamówienia nie ma znaczenia

Tożsamość czasowa

- ❑ okres planowania finansowego, okres budżetowania - co do zasady chodzi o zamówienia planowane w ciągu roku
- ❑ horyzont czasowy, w którym zamawiający zobowiązany jest do planowania swoich wydatków (np. w przypadku projektów wieloletnich)

Agregacja robót budowlanych

W orzecznictwie Trybunału podkreślano, że jednym z kryteriów koniecznych do uwzględnienia przy robotach budowlanych jest ustalenie, czy wykonanie zamawianych prac dotyczy tego samego **zamierzenia budowlanego** spełniającego samodzielną funkcję techniczną i gospodarczą (por. wyrok z 5.10.2000 r., C-16/98, Komisja Wspólnot Europejskich v. Republika Francuska, Zb. Orz. 2000, s. I-08315; wyrok z 29.05.2013 r., T-384/10, Królestwo Hiszpanii v. Komisja Europejska, EU:T:2013:277).

Podział zamówienia /dozwolony

□ Nieprzewidywalność

Nieemożność określenia ilości potrzebnych dostaw lub usług w ciągu roku musi mieć charakter obiektywny, nie może wynikać z zaniechania lub zaniedbania zamawiającego, który zobowiązany jest do planowania zapotrzebowania z należytą starannością
opinia UZP: „Jeżeli potrzeba udzielenia określonego zamówienia ujawni się dopiero po udzieleniu innego zamówienia podobnego przedmiotowo i funkcjonalnie, to w tym przypadku nie mamy do czynienia z nieuprawnionym dzieleniem zamówienia z uwagi na fakt, iż brak jest tożsamości czasowej takich zamówień.”

□ Nieemożność zawarcia umowy

Podstawowym powodem nieemożności zawarcia rocznej umowy jest brak środków - o brak środków w aktualnym planie finansowym zamawiającego

Unieważnienie części / art. 30 ust. 4 PZP

☐ **Ponowne szacowanie**

Informator UZP 4/2011,

Ustalając z należytą starannością, na nowo wartość szacunkową unieważnionej części zamówienia, zamawiający nie ma obowiązku sumowania jej z wartością udzielonych w danym roku zamówień

☐ **Podział na etapie przygotowywania postępowania**

Umożliwia szybką realizację zamówień w sytuacjach niedających się przewidzieć, np. gdy nie powiedzie się wyłonienie wykonawcy dużego zamówienia, niezbędne jest zabezpieczenie potrzeby zamawiającego na czas prowadzenia kolejnego postępowania i udzielenia docelowego zamówienia, a także jeżeli prowadzone postępowanie nie doprowadzi do wyłonienia wykonawcy na kolejny okres, a poprzednia umowa wygasła /GKO z 14.11.2016 r., BDF1.4800.50.2016

Plany - 3 RODZAJE

1. Plan finansowo- rzeczowy
2. Plan zamówień publicznych
3. Plan postępowań o udzielenie zamówienia publicznego

Plan Rzeczowo-finansowy

- ❑ Plan rzeczowo-finansowy, zestawienie wydatków w zakresie zamierzeń rzeczowych, służących zapewnieniu realizacji planowanych przedsięwzięć w ramach ustawowych zadań
- ❑ Plan rzeczowo-finansowy jest dokumentem planistycznym przygotowanym w układzie miesięcznym, umożliwiającym planowanie działań w danym roku.
- ❑ Dokument w formie budżetu w prosty sposób pozwala na właściwe planowanie i kontrolowanie postępów jego wykonania w danym okresie
- ❑ Granice możliwości finansowych

Plan zamówień vs Plan Postępowań

- ❑ **Zamówienie** - umowa odpłatna zawierana między zamawiającym a wykonawcą, której przedmiotem jest nabycie przez zamawiającego od wybranego wykonawcy robót budowlanych, dostaw lub usług

- ❑ **Postępowanie o udzielenie zamówienia** - postępowanie wszczynane przez przekazanie albo zamieszczenie ogłoszenia, przekazanie zaproszenia do negocjacji albo zaproszenia do składania ofert, prowadzone jako uporządkowany ciąg czynności, których podstawą są warunki zamówienia ustalone przez zamawiającego, prowadzące do wyboru najkorzystniejszej oferty lub wynegocjowania postanowień umowy w sprawie zamówienia publicznego, kończące się zawarciem umowy w sprawie zamówienia publicznego albo jego unieważnieniem, z tym że zawarcie umowy w sprawie zamówienia publicznego nie stanowi czynności w tym postępowaniu;

Obowiązek - Plan Postępowań

Art. 23 ust. 1 [Plan postępowań o udzielenie zamówień]

Zamawiający publiczni, o których mowa w art. 4 pkt 1 i 2, oraz ich związki, nie później niż w terminie 30 dni od dnia przyjęcia budżetu lub planu finansowego przez uprawniony organ, sporządzają plan postępowań o udzielenie zamówień, jakie przewidują przeprowadzić w danym roku finansowym. Plan zamieszcza się w Biuletynie Zamówień Publicznych, na zasadach określonych w dziale III w rozdziale 2, oraz na stronie internetowej zamawiającego.

Kategoryzacja zamówień publicznych

- ☐ Źródła finansowania nie mają znaczenia
- ☐ Uwzględniamy zamówienia publiczne, które są PEWNE
- ☐ Planujemy WSZYSTKIE zamówienia publiczne (nawet te poniżej 170 tys. PLN)
- ☐ Bieżąca kontrola wartości zamówień podprogowych
- ☐ Bieżąca praca z Planem ZP

Plan postępowań o udzielenie zamówień publicznych

Zamawiający publiczni, o których mowa w art. 4 pkt 1 i 2 nowego PZP oraz ich związki, nie później niż w terminie 30 dni od dnia przyjęcia budżetu lub planu finansowego przez uprawniony organ, sporządzają plan postępowań, jakie przewidują przeprowadzić w danym roku finansowym.

- ❑ Plan zamieszcza się w BZP oraz na stronie internetowej zamawiającego.
- ❑ Zamawiający zapewnia **aktualność planu postępowań** o udzielenie zamówień.
- ❑ **Aktualizację planu** zamieszcza się w BZP oraz na stronie internetowej zamawiającego.



Dziękuję za uwagę !!!

Zapraszam do współpracy:

Doradztwo, opinie, konsultacje, prowadzenie postępowań:

szajkowska.pzp@gmail.com