

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**IZVEDBA JAVNIH NAROČIL V PODJETJU GRADIS
INŽENIRING d.d.**

Ljubljana, februar 2004

NATAŠA PEKLAJ

IZJAVA

Študentka _____ izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom _____, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____.

Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD.....	1
2. PREDSTAVITEV PODJETJA GRADIS INŽENIRING d.d.....	2
2.1. Zgodovina združenja GRADIS	2
2.2. Predstavitev združenja GIZ Gradis.....	3
2.3. Predstavitev članice Gradis Inženiring d.d.	4
2.3.1. Dejavnost podjetja	4
2.3.2. Lastniška struktura podjetja.....	7
2.3.3. Organizacijska struktura podjetja	8
3. ORGANIZACIJA JAVNIH NAROČIL V PODJETJU GRADIS INŽENIRING d.d.	9
3.1. Zakonska ureditev javnih naročil	9
3.2. Javna naročila v podjetju Gradis Inženiring d.d.	11
3.3. Oddelek marketing in proces javnega naročanja.....	13
4. PROCES ODDAJE PONUDB V PODJETJU GRADIS INŽENIRING d.d.	17
4.1. Sprejem zahtevka za ponudbo in odločitev o pripravi ponudbe.....	18
4.2. Organizacija priprave ponudbe.....	19
4.3. Sprejem in pregled sprejetih izdelanih elementov ponudbe	21
4.4. Kompletiranje ponudbe	22
4.5. Pregled in parafiranje ponudbe ter podpis ponudbe	23
4.6. Predaja ponudbe in morebitni sprejem dodatnih zahtev naročnika.....	23
4.7. Analiza ponudbe v primeru uspešne in neuspešne ponudbe	25
4.8. Priprava in podpis pogodbe ali dodatkov k pogodbi	27
4.9. Analiza ponudbe	28
5. NOVOSTI NA PODROČJU JAVNIH NAROČIL	29
6. SLABOSTI, S KATERIMI SE PODJETJE SOOČA PRI SODELOVANJU NA JAVNIH RAZPISIH.....	34
6.1. Zmanjševanje stroškov sodelovanja na javnih razpisih s pomočjo elektronskega javnega naročanja	34
6.2. Pomanjkanje kadra in preobremenjenost direktorja področja marketing	37
6.3. Relativna majhnost podjetja nasproti konkurenčnim podjetjem	40
7. SKLEP.....	42
8. LITERATURA.....	44
9. VIRI	46
10. PRILOGE	

1. UVOD

Letno se v Sloveniji razpiše preko 320.000 javnih naročil, ki tudi vrednostno predstavljajo pomemben delež v proračunu Republike Slovenije. Ravno zaradi tega je zelo pomembna njihova pravilna poraba v okviru predvidenih proračunskih sredstev. Država mora zagotoviti zakonsko, namensko, gospodarno in učinkovito porabo teh sredstev, saj se z javnimi naročili zagotavlja opravljanje dejavnosti, ki so v javnem interesu.

Predmet obravnave moje diplomske naloge bo izvedba javnih naročil v podjetju Gradis Inženiring d.d. Namen diplomske naloge bo predstavitev postopkov javnega naročanja in zakonodaje na tem področju ter izvedba javnih naročil v podjetju Gradis Inženiring d.d. Cilj, ki ga bom skušala doseči, bo poiskati slabosti, s katerimi se soočajo v podjetju pri izvedbi javnih naročil, in podati morebitne rešitve, s katerimi bi se postopki oddaje ponudb izboljšali.

V diplomski nalogi bom v začetku predstavila samo podjetje, in sicer zgodovino združenja Gradis, ter predstavitev združenja GIZ Gradis in podjetja Gradis Inženiring d.d. Pri opisu podjetja Gradis Inženiring d.d. bom opredelila dejavnost podjetja ter lastniško in organizacijsko strukturo podjetja.

V tretjem poglavju bom predstavila organizacijo javnih naročil v podjetju Gradis Inženiring d.d. Sem bom uvrstila zakonsko ureditev javnih naročil, javna naročila v podjetju Gradis Inženiring d.d. in predstavitev marketing oddelka tega podjetja.

Četrto poglavje bo zajemalo podroben opis procesa oddaje ponudb. Ta proces se prične z odločitvijo o pripravi ponudbe. Nato se pripravi ponudbeno dokumentacijo in na koncu se ponudbo analizira.

Zaradi vključitve Slovenije v Evropsko unijo in vse večjih sprememb v poslovanju zaradi napredkov v informacijski tehnologiji, bom v petem poglavju predstavila novosti, do katerih prihaja tudi na področju javnih naročil. Novosti so zajete v Predlogu zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o javnih naročilih.

V šestem poglavju bom predstavila nekaj največjih slabosti, s katerimi se sooča podjetje Gradis Inženiring d.d. pri procesu javnega naročanja. Te slabosti se nanašajo na visoke stroške, preobremenjenost direktorja področja marketing in slabši položaj podjetja v primerjavi s konkurenco.

S pomočjo obravnave procesa javnega naročanja v moji diplomski nalogi bom skušala podati koristne napotke upravi podjetja Gradis Inženiring d.d. Ti napotki bodo vodili k večji učinkovitosti pri procesu javnega naročanja.

2. PREDSTAVITEV PODJETJA GRADIS INŽENIRING d.d.

2.1. Zgodovina združenja GRADIS

Blagovna znamka GRADIS je skupna blagovna znamka, ki jo danes uporabljajo podjetja, ki sestavljajo poslovni sistem GIZ Gradis. Zaščitena je pri uradu za patente v Republiki Sloveniji. GRADIS je bil ustanovljen 4. oktobra 1945 z uredbo o ustanovitvi gradbenega podjetja, da bi v času nagle povojne obnove, kot vodilno gradbeno podjetje izvajalo obnovo od vojne porušениh objektov, ter izvajalo dela na izgradnji industrijskih, energetskih in infrastrukturnih objektov.

V začetku so bili pogoji dela izjemno težki. Skromno materialno osnovo za delo je nadomestila obilica pridnih rok in delovna zanesenost številnih strokovnjakov, ki so zgradili praktično vse gospodarske, energetske, prometne in javne objekte povojne graditve v Sloveniji. Vse to so bili temeljni kamni in usmeritve nadaljnjega razvoja. Ob njih in z njimi je zrasel tudi kolektiv Gradis, ki je krenil po poti tehničnega, tehnološkega in organizacijskega razvoja.

Obsežne, raznovrstne in tehnično zahtevne naloge so bile trda šola za vedno številčnejši in kvalitetnejši kvalificirani in strokovni kader. Izkušnje in znanja, pridobljena v času intenzivne povojne izgradnje, so predstavljale ne samo osnovo za lasten ustvarjalni razvoj, ampak tudi največjo kvaliteto, ki Gradis postavlja v sam vrh gradbeništva. Gradis je nenehno skrbel za razvoj gradbene tehnologije, uvajanje sodobne mehanizacije in opreme, večanje števila in strukturne usklajenosti strokovnega kadra in tipizacijo tehnoloških postopkov. V podjetju so nenehno širili poslovno, tehnično in znanstveno sodelovanje z domačimi in tujimi firmami in znanstvenimi institucijami. Postopoma je podjetje preraslo v eno največjih splošnih gradbenih podjetij v Sloveniji. **Blagovna znamka GRADIS** je postala znak **kvalitete**, **strokovnosti** in **solidnosti** tako na domačem trgu kot tudi na nekaterih tujih trgih.

V Gradisu so skozi zgodovino neprestano, vzporedno z rastjo kapacitete in razvojem na področju gradbene dejavnosti, vlagali znatna materialna sredstva, predvsem v lastno znanje, v proizvodnjo gradbene mehanizacije in opreme. Gradili so betonarne ter asfaltne baze za svoje potrebe in tudi za prodajo. Njihova moč je v znanju in izkušnjah na tehničnem, tehnološkem in organizacijskem področju ter predvsem v ljudeh, ki povezujejo podjetje v smiselno celoto. Strokovnost, rok in kakovost so globlja zavestna usmeritev podjetja.

Danes predstavlja GRADIS skupino devetih podjetij, ki vse poslujejo pod blagovno znamko GRADIS. Vsako podjetje lahko nastopa samostojno, po potrebi pa lahko nastopajo združena kot GIZ Gradis, kadar je to iz poslovnega vidika zaželeno ali potrebno.

2.2. Predstavitev združenja GIZ Gradis

GIZ Gradis Ljubljana je **gospodarsko interesno združenje gradbeno industrijskih podjetij Gradis**. Predstavlja poslovno–pravni okvir sodelovanja in povezovanja skupnih interesov članic združenja in drugih zainteresiranih poslovnih subjektov za uspešno pridobivanje naročil in za učinkovito izvajanje skupnih projektov.

Članice združenja GIZ Gradis so:

- Gradis Inženiring d.d.;
- Gradis gradbeno podjetje Ljubljana d.d.;
- Gradis gradbeno podjetje Celje d.d.;
- Gradis gradbeno podjetje Jesenice d.d.;
- Gradis gradbeno podjetje Ptuj d.d.;
- Gradis, Biro za projektiranje Maribor d.o.o.;
- Gradis, Biro za projektiranje Ljubljana d.o.o.;
- Gradis TEO, Tehnične, ekonomske in organizacijske storitve d.d.

To združenje je neposredni zavezanec do naročnika in prevzema posle v svojem imenu in za račun članic, udeleženk v poslu, ki neomejeno in solidarno jamčijo, poleg združenja, za prevzete obveznosti. Članice, ki so samostojni poslovni subjekti, v okviru združenja podredijo svojo suverenost skupnim ciljem.

Glavna naloga tega združenja je skrbništvo in zaščita blagovne znamke Gradis. Prav tako je pomembna naloga pridobivanje in izvajanje poslov ter organiziranje vodenja in izvajanje skupnih projektov in poslov preko in v okviru združenja v svojem imenu in za račun članic.

Med naloge oziroma aktivnosti združenja GIZ Gradis pa spadajo še:

- **organiziranje in vzdrževanje poslovno–informacijskega sistema** na nivoju združenja;
- vzpodbude za nove **oblike povezav in sodelovanja**;
- **raziskave in razvoj** tržnih priložnosti doma in v tujini.

Članice in poslovni partnerji v okviru GIZ Gradis zagotavljajo potrebne resurse za celotno paleto dejavnosti združenja ter članic, in sicer:

- **projektiranje in gradnja vseh vrst objektov visokogradnje** – industrijskih, poslovnih, stanovanjskih, športnih, turističnih;
- **projektiranje in gradnja vseh vrst objektov nizkih gradenj** - premostitvenih objektov, mostov, viaduktov, opornih zidov, železniških prog, luških objektov in pomolov, gradnja hidroelektrarn, termoelektrarn, daljnovodov in plinovodov, kanalizacije, čistilnih naprav in drugo;

- **proizvodnja** vseh vrst betonskih in prednapetih betonskih **gradbenih elementov**, kot so montažne hale, nosilci, zabiti piloti, betonska galanterija in ostalo;
- **specialna dela**, kamor spadajo prednapenjanje, sidranje, sanacijska dela;
- celovita **kontrola in zagotavljanje kakovosti**;
- **inženiring**.

2.3. Predstavitev članice Gradis Inženiring d.d.

2.3.1. Dejavnost podjetja

Podjetje Gradis Inženiring d.d. je registrirano za opravljanje naslednjih dejavnosti (Interno gradivo podjetja, 2003):

- **marketing**;
- **inženiring storitve** (organiziranje, usklajevanje, vodenje in izvajanje del za: izdelavo investicijske in tehnične dokumentacije, gradnjo objektov in uvajanje proizvodnje v pogon za izvedbo določenega projekta; izvajanje organizacijskih, tehnoloških, tehničnih, ekonomskih, finančnih in pravnih storitev za vse vrste objektov – visoke gradnje, nizke gradnje, hidro gradnje, tehnološka oprema, ekologija);
- **priprava, izvedba in trženje poslovno stanovanjskih objektov** za trg;
- **izvajanje strokovnega nadzorstva** nad izvedbo del;
- **posredovanje premičnin in nepremičnin ter opreme v zakup**: zastopanje tujih firm v prometu blaga in storitev, izvoz in uvoz blaga po skupinah proizvodov, posredovanje blaga v prometu storitev, dolgoročna poslovna kooperacija;
- **posli zunanjetrgovinskega prometa**.

V podjetju Gradis Inženiring d.d. za članice združenja GIZ Gradis opravljajo aktivnosti pri pridobivanju in izvedbi del na skupnih projektih, izvajajo investicijska dela za znanega naročnika in pripravljajo ter izvajajo projekte (predvsem za stanovanjsko gradnjo) za neznanega kupca.

Skupaj s članicami združenja GIZ Gradis podjetje pridobiva in izvaja dela na skupnih projektih:

- **avtocestni in cestni program** (viadukti, mostovi, nadvozi, podvozi, oporni in podporni zidovi, celotni odseki avtocest in cest, servisni objekti...);
- **energetika** (hidroelektrarne, termoelektrarne...);
- večji **visokogradniški projekti** (industrijski objekti, šole, bolnišnice...);
- **sanacijska dela**.

Podjetje izvaja investicijska dela za znanega naročnika, pri čemer podjetje nastopa samostojno, skupaj s članicami GIZ Gradis ali pa z drugimi podjetji. V preteklosti je podjetje uspešno izvedlo naslednje projekte:

- Hotel Relax Kranjska gora;
- Pokrajinska in študijska knjižnica v Murski Soboti;
- Novogradnja ginekološko-porodniškega oddelka splošne bolnišnice v Murski Soboti;
- Avtocenter Šerbinek d.o.o. v Mariboru;
- Železniška povezava Puconci – Hodoš – državna meja;
- Sanacije plazov v Horjulu in Trziču;
- Trgovski center Merkur v Litiji.

Pri pripravi in izvedbi lastnih projektov, s poudarkom na stanovanjski gradnji za neznanega kupca, se lahko podjetje pohvali z izgradnjo naslednjih poslovno-stanovanjskih objektov:

- stanovanjske enote Galjevica v Ljubljani – I. in II. faza;
- poslovno-stanovanjski objekt s podzemno garažo Forum v Mariboru;
- stanovanjski objekt s podzemno garažo Linhartov dvor v Ljubljani;
- poslovno-stanovanjski kompleks s podzemno garažo ob Glonarjevi ulici v Ljubljani – v izvedbi;
- apartmajska hiša na Mariborskem Pohorju – v izvedbi;
- stanovanjske enote Galjevica v Ljubljani – III. faza – v izvedbi;
- stanovanjske hiše Zbiljski gaj – dokončanje začetega projekta in nadaljevanje z novogradnjo.

Prodajna služba podjetja skrbi za oskrbo kupcev z informacijami, ki se nanašajo na zgrajene objekte in objekte v izgradnji. Sem spadajo informacije o lokaciji objektov, tlorisih stanovanjskih in poslovnih enot, cenah, velikosti posameznih stanovanjskih enot ter ostalih prodajnih pogojev. S tem informiranjem kupcev je omogočena sprotna in ažurna obveščenost kupcev o ponudbi na trgu. Kupci si lahko pridobijo vse potrebne informacije še preden so objekti dokončno izgrajeni, omogočena pa jim je tudi rezervacija posameznih stanovanjskih ali poslovnih enot. Prodajni službi je v veliko pomoč tudi spletna stran podjetja, kjer lahko kupci pregledajo ponudbo podjetja. S tem se prihrani čas in stroški, tako prodajnega osebja kot tudi kupcev samih.

Podjetje vidi prihodnost in delovanje družbe v vlaganju v razvoj novih storitev in programov, ki bodo zagotovili večji delež prodaje izven internega trga sistema Gradis. V skupnih nastopih s podjetji v sistemu Gradis si bodo tudi v bodoče prizadevali za iskanje sinergijskih učinkov.

Realizacija družbe se sestoji iz:

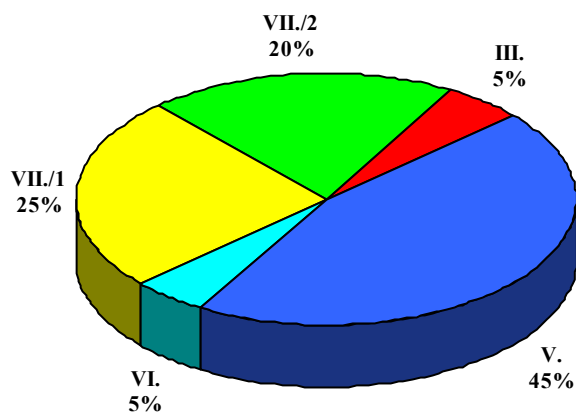
- marketinške, pravne, finančne storitve in storitve vodenja projektov;
- realizacije del v svojem imenu in za svoj račun na skupnih projektih za znanega naročnika in na projektih za neznanega kupca (gradnja za trg).

Podjetje je v letu 2003 ustvarilo **promet** v višini 2,7 milijarde tolarjev. Ta vsota zajema promet, ki ga je podjetje ustvarilo z lastnimi projekti za trg (Stanovanjsko-poslovni kompleks ob Glonarjevi ulici v Ljubljani), promet, ki ga je podjetje ustvarilo z deli za znanega naročnika (Trgovski center Merkur v Litiji), in pa delež od pridobivanja oziroma vodenja projektov za združenje GIZ Gradis. Gradis Inženiring d.d. dobi od prometa, ki ga združenje ustvari, tri odstotke. Večino ustvarjenega prometa v letu 2003 predstavljajo projekti avtocestnega programa in sicer znaša ta kar devetdeset odstotkov realizacije podjetja. Le deset odstotkov ustvarjenega prometa predstavljajo projekti visokogradnje in energetike.

Vso dejavnost družba izvaja s šestintridesetimi **zaposlenimi**. V podjetju se zavedajo, da je njihovo največje bogastvo sposoben in motiviran kader, zato nenehno namenjajo sredstva in čas za dodatno izobraževanje zaposlenih in štipendiranje. V sliki 1 lahko vidimo, da je v podjetju polovica zaposlenih z višjo oziroma visoko šolsko izobrazbo. **Izobraževanje** poteka v obliki delavnic, seminarjev in izrednega študija. V oddelku marketing se zaposleni udeležujejo seminarjev, na katerih se seznanjajo z novostmi zakona o javnih naročilih; seminarjev, ki učijo, kako biti uspešen na javnih natečajih, ter katerih napak se morajo pri oddaji ponudb zaposleni izogibati. Tudi zaposleni v finančno računovodski službi se nenehno seznanjajo z novostmi na svojem področju. Sem spadajo seminarji, ki seznanjajo z novostmi pri vodenju poslovnih knjig ter govorijo o novostih na področju davkov in prispevkov.

Temeljno strukturo zaposlenih predstavlja **inženirski kader gradbene stroke**. Inženirji so vsi vključeni v Inženirsko zbornico Slovenije. Vse več pa v podjetju zaposlujejo tudi univerzitetne diplomirane ekonomiste. **Inženirska zbornica Slovenije** je samostojna poklicna organizacija, v katero se zaradi zagotavljanja strokovnosti in varovanja javnega interesa na področju graditve objektov ter varstva tretjih oseb združujejo diplomirani inženirji in diplomirane inženirke ter inženirji in inženirke, ki na območju Republike Slovenije delajo pri graditvi objektov in urbanističnem načrtovanju (De Jong Nemanič, 1997, str. 73).

Slika 1: Struktura zaposlenih po stopnji izobrazbe

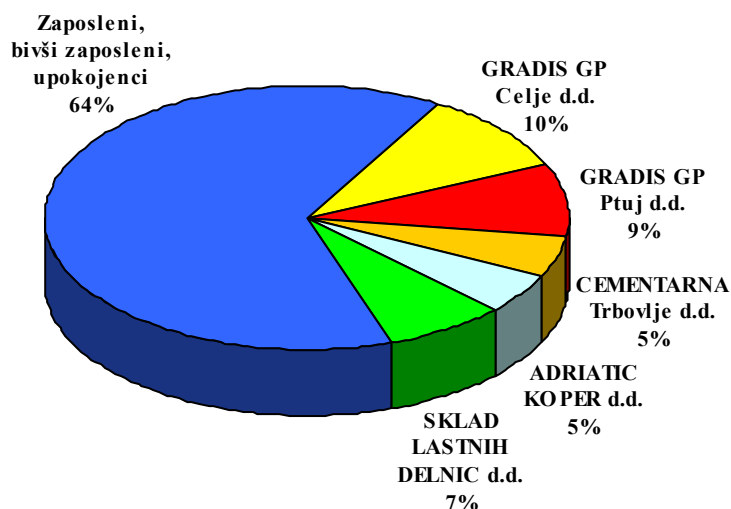


Vir: Kadri, 2003.

2.3.2. Lastniška struktura podjetja

Ustanovni kapital podjetja Gradis Inženiring d.d. znaša 118.502.000,00 SIT in je razdeljen na 118.502 delnic z nominalno vrednostjo 1.000,00 SIT na delnico. Kot lahko vidimo v sliki 2, imajo zaposleni, bivši zaposleni, družinski člani in upokojenci kar 63,51 odstotni delež v družbi. Drugi največji delež v družbi ima članica združenja GIZ Gradis, in sicer Gradis Gradbeno podjetje Celje d.d. Sledi ji Gradis Gradbeno podjetje Ptuj d.d. z okrog 9-odstotnim deležem in Sklad lastnih delnic d.d. z okrog 8-odstotnim deležem. Cementarna Trbovlje in Adriatic Koper pa imata oba po 5-odstotni delež.

Slika 2: Lastniška struktura na dan 1.1.2003

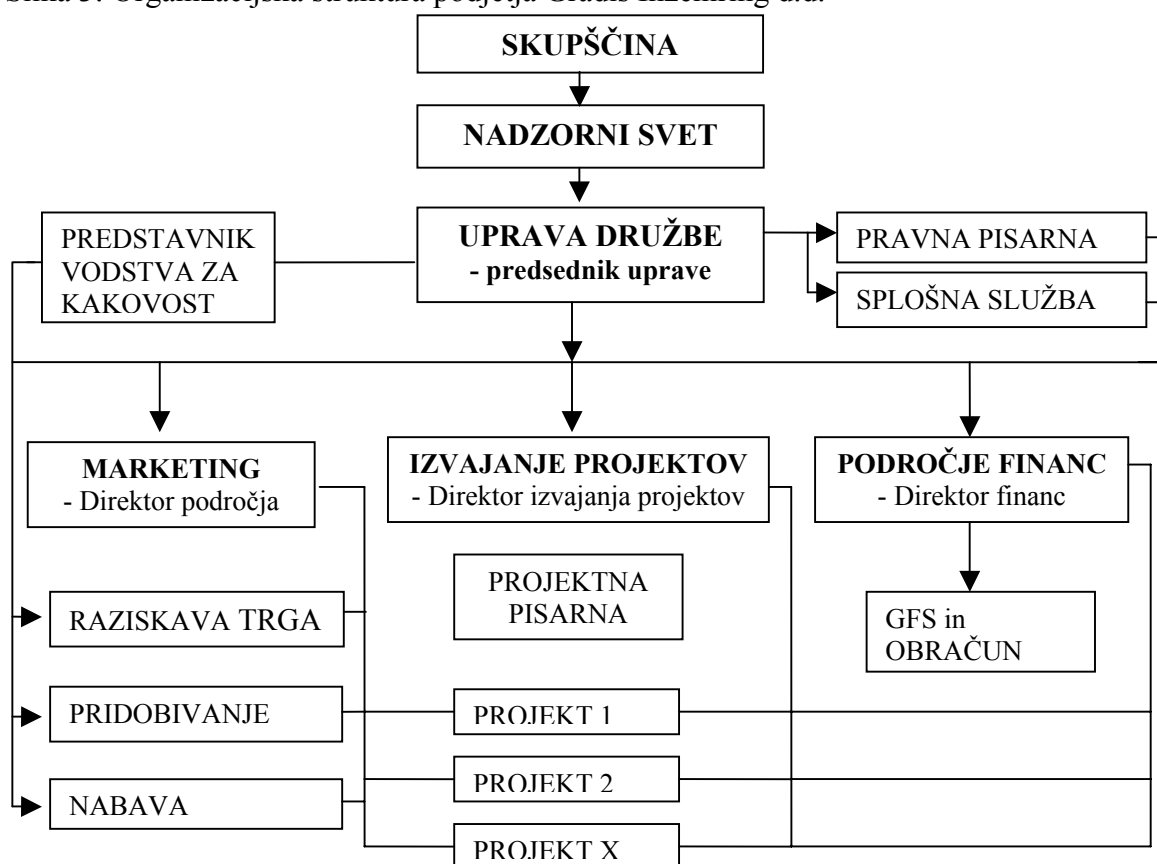


Vir: Lastniška struktura, 2003.

2.3.3. Organizacijska struktura podjetja

Najvišji organ v podjetju je **skupščina** (glej sliko 3 na strani 8). Pod njo se nahaja **nadzorni svet** s predsednikom na čelu. Pod njim je **uprava podjetja**, ki jo vodi predsednik uprave. Levo od uprave podjetja se nahaja **predstavnik vodstva za kakovost**, ki skrbi za delovanje podjetja v skladu s standardi ISO 9001. Na desni se nahajata **pravna pisarna** ter **splošna služba**. Podjetje sestavljajo **tri poslovno-funkcijske enote**: področje marketing, področje izvajanje projektov in področje financ. Vsako posamezno enoto vodi direktor, ki odgovarja za uspešno in učinkovito delo svoje enote. Pod poslovno-funkcijsko **področje financ** spadata gospodarska finančna služba in pa obračun. Tu se torej odvijajo vse vknjižbe, izdaja in prejem računov ter plačilo računov, obračun osebnih dohodkov. Prav tako spada v to enoto naročilo garancij za ponudbe in pridobivanje kratkoročnih in dolgoročnih posojil. Pod **področje marketing** sodijo raziskava trga, pridobivanje del in pa nabava. To enoto bom podrobneje opisala v nadaljevanju. **Področje izvajanja projektov** se deli na projektno skupino za avtocestni program in skupino za lastne projekte (gradnja stanovanj za trg). V enoti izvajanja projektov je zelo pomembna **projektna pisarna**, ki vodi evidenco vseh projektov. Pod njo torej spadajo vsi tekoči projekti.

Slika 3: Organizacijska struktura podjetja Gradis Inženiring d.d.



Vir: Poslovnik kakovosti družbe, 2003, str. 3.

3. ORGANIZACIJA JAVNIH NAROČIL V PODJETJU GRADIS INŽENIRING d.d.

3.1. Zakonska ureditev javnih naročil

Pri sodelovanju na javnih naročilih v gradbeništvu morajo podjetja upoštevati med najpomembnejšimi **Zakon o graditvi objektov** (Uradni list RS, št. 110/02, v nadaljevanju ZGO), **Zakon o javnih naročilih** (Uradni list RS, št. 24/97, v nadaljevanju ZJN) ter **Zakon o reviziji postopkov javnega naročanja** (Uradni list RS, št. 78/99, v nadaljevanju ZRPJN-A).

ZGO ureja graditev objektov ter predpisuje lastnosti gradbenih proizvodov in pogoje za njihovo uporabo. Graditev objektov po tem zakonu je projektiranje in gradnja. Gradnja po tem zakonu je gradnja novih objektov ali rekonstrukcija obstoječih objektov (De Jong Nemanič, 1997, str. 29).

Na novoletni dan 2003 sta pričela veljati nov ZGO in Zakon o urejanju prostora (Uradni list RS, št. 110/02, v nadaljevanju ZUreP-1). Ta dva predpisa urejata obsežno področje, s pomembnim vplivom na pravice in obveznosti številnih subjektov, pri tem tudi na področju urejanja institutov javnih natečajev, javnih razpisov in javnih naročil (Mužina, 2003, str. 8).

Slovenija takoj po neodvisnosti leta 1992 ni imela časa za uvedbo takojšnje zakonodaje na področju javnih naročil. V tem času je bilo nujno prilagajati ekonomski sistem, in sicer uvesti in stabilizirati novo slovensko valuto, ustanoviti Centralno banko, sprejeti nove bančne regulativne mehanizme, uvesti spremembe na področju zunanjih trgov in regulacijo na področju plačil, speljati proces privatizacije in drugo. Vse to so razlogi za počasno uvajanje nove zakonodaje na področju javnih naročil. Kljub temu pa so se že leta 1992 zavedali pomembnosti tega področja (Phare Ace Research Project, 1997, str. 71).

Slovenija je kot kandidatka za članstvo v Evropski uniji (v nadaljevanju EU) dolžna prilagoditi svojo pravno-ekonomsko ureditev zahtevam predpisanih sporazumov. V sklopu teh ureditev je tudi sistem javnega naročanja. **ZJN** je bil v Sloveniji sprejet že v letu 1997, vendar ni bil usklajen s smernicami EU, za kar se je Slovenija zavezala s sporazumom z EU. Zato je bilo potrebno zakon spremeniti. Tega se je parlament lotil tako, da je leta 2000 sprejel nov Zakon o javnih naročilih ZJN-1 (Končar, 2002, str. 1). V Državnem zboru pa je bila 09.05.2003 opravljena prva obravnava Predloga zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o javnih naročilih (ZJN-1A), ki podrobneje ureja novosti na področju javnih naročil, in sicer predvsem glede elektronskega naročanja.

ZRPJN-A ureja pravno varstvo ponudnikov in javnega interesa v postopkih oddaje javnih naročil, ki se izvaja z revizijo postopkov oddaje javnih naročil, opredeljenih v predpisih o javnih naročilih, določa organe, ki so pristojni za varstvo pravic ponudnikov in javnega interesa, in postopek revizije po tem zakonu (Kranjc, 2003, str. 11).

Javna naročila imajo že približno 150-letno tradicijo. Prvi zametki so bili v ZDA. Prisotni so bili predvsem na področju komunale, železnic in javnih zgradb in so privedli do obogatitev posameznih izvajalcev. Avstro-Ogrska je prve predpise o javnih naročilih sprejela po letu 1880 in so veljali tudi pri nas. Za Slovenijo je pomembno leto 1998, ko je začel veljati ZJN (Grmek, 2000, str. 9).

Vsako **javno naročilo je skupnost številnih procesov**: tehničnih, finančnih, komercialnih, političnih, pravnih itd. Javna naročila je mogoče izvesti z načrtovanim in organiziranim skupinskim delom strokovnjakov z različnih področij (Zabel, 1997, str. 9).

Javna naročila kot pravni pojem definiramo kot skupnost pravnih dejanj, s katerimi država na podlagi premoženjsko pravnih razmerij nabavlja blago, oddaja storitve ali izvaja gradnje po predpisanem postopku (Mužina, 2002, str. 21).

Pri javnih naročilih je bistveno, da država nastopa kot porabnik, kot plačnik in kot stranka v premoženjsko pravnih razmerjih. Obvezna so za vse uporabnike proračuna ter javna podjetja. Obvezna so za javna dela, ki jih financira država ali občina, saj je na njihovi podlagi mogoče gospodarno ravnati z relativno skromnimi sredstvi, ki so namenjena javnim delom (Maček, 1999, str. 1).

Oddajo javnega naročila bi tehnično lahko razdelili na **sestavne dele**, ki obsegajo pripravo javnega naročila, javni razpis, pogodbo, dobavo, plačilo in pa spremljanje. Vsaka od teh zaključenih celot skriva za seboj celo vrsto postopkov in faz, ki so nujni za celovitost in preglednost postopka (Samotorčan, 2000, str. 13).

Temeljna načela javnega naročanja so (Kranjc, 2001, str. 37):

- **Načelo gospodarnosti in učinkovitosti porabe javnih sredstev**: naročnik mora z izvedbo javnega naročila in izborom ponudbe zagotoviti, da je poraba sredstev za naročnika najbolj gospodarna glede na namen javnega naročila in na predmet javnega naročila.
- **Načelo zagotavljanja konkurence med ponudniki**: vsem zainteresiranim in sposobnim ponudnikom mora biti omogočeno poslovanje z javnim sektorjem pod enakimi pogoji.
- **Načelo enakopravnosti ponudnikov**: vsi ponudniki imajo enakopraven položaj na trgu javnih naročil. Načelo enakopravnosti zagotavlja enake pravice in obveznosti vseh ponudnikov v postopku oddaje javnega naročila.

- **Načelo transparentnosti porabe javnih sredstev:** postopki oddaje javnih naročil morajo biti pregledni, s tem pa je povezana tudi zahteva po javnosti. Preglednost in javnost sta določeni v javnem interesu in v interesu ponudnikov.

Prav pri tem načelu transparentnosti pa prihaja do omejitev, in sicer zaradi **varovanja poslovnih skrivnosti**. ZJN-1 zaradi varovanja koristi posameznih ponudnikov naročnika na več mestih zavezuje, da varuje zaupnost določenih podatkov o ponudnikih. Vendar pa podatki, ki so po zakonu javni, že pojmovno ne morejo biti poslovna skrivnost. Določila teh zakonov pa pri varovanju poslovnih skrivnosti upoštevajo naravo postopkov javnega naročanja (Žvan, 2003, str. 10).

Temeljni pojmi v postopku javnih naročil so definirani v ZJN-1. **Javno naročilo** je definirano kot celotni skupek dejanj, ki jih opravi naročnik s ciljem nabave blaga, storitev ali gradenj po tem zakonu. **Naročnik** je definiran kot: a) neposredni uporabnik proračuna, b) posredni uporabnik proračuna, c) druge pravne osebe, ki jih ustanovi neposredni ali posredni uporabnik proračuna, č) javno podjetje in njegove povezane družbe, d) povezana družba. **Ponudnik** je definiran kot dobavitelj ali izvajalec, ki predloži ponudbo, in je lahko pravna ali fizična oseba (Marolt, 2001, str. 1).

Slovenija je področje javnih naročil pričela urejati precej pozno, saj je ob osamosvojitvi leta 1992 imela druge prednostne naloge. Kljub temu so se zavedali, da je to pomembno področje in da ga je potrebno čim prej zakonsko urediti, zato so do leta 1997 že pripravili prvi ZJN. Zaradi naglice pri pripravi in sprejemanju tega zakona so se v praksi kmalu pokazale njegove pomanjkljivosti in zahteve po dodatnih popravkih. Te pomanjkljivosti je odpravil ZJN-1, sprejet leta 2000. Zaradi priprav Slovenije na vključitev v EU so se pokazale zahteve po prilagoditvi zakona pravilom EU, ki potekajo še danes. Menim, da bo praksa tudi v prihodnje najboljši pokazatelj nepravilnosti v zakonodaji in težav pri procesu javnega naročanja, do katerih bo zaradi teh nepravilnosti prihajalo. V nadaljevanju bom opredelila javna naročila v podjetju Gradis Inženiring d.d. in proces javnega naročanja v njem.

3.2. Javna naročila v podjetju Gradis Inženiring d.d.

Podjetje Gradis Inženiring d.d. je gradbeno podjetje, ki vseskozi sodeluje pri javnih naročilih, ki so objavljena v Uradnem listu Republike Slovenije. Predmet javnega naročila za gradnje so lahko (Kranjc, 2001, str. 195):

- **izvedba dela;**
- **projektiranje in izvedba del,** povezanih z določenimi dejavnostmi, kot so gradnja objektov in delov objektov, nizke gradnje; gradnja cest, mostov, železnice itd., inštalacije pri gradnjah in zaključna gradbena dela;

- **delo pri izgradnji celotnega objekta**, ki izpolnjuje vse gospodarske in tehnične pogoje naročnika; tu ni zajeta le gradnja, temveč izvajalec prevzame celotno izvedbo objekta – izvede gradbena dela in dobavi opremo za objekt.

Podjetje je skozi leta sodelovanja na javnih naročilih uspešno pridobilo več projektov in jih tudi uspešno izvedlo, tako da se lahko danes pohvali z velikim številom **referenc**. Pri **avtocestnem in cestnem programu** ima podjetje že veliko izkušenj, saj je sodelovalo pri množici projektov. Pri cestnem programu so sanirali plaz na lokalni cesti Horjul - Samotrcia v občini Horjul. Prav tako so odpravili posledice plazenja tal v občini Tržič (plaz Preska). Izvedli so projekta izgradnje postajališča primestnega potniškega prometa Tivoli in Vodmat. Sodelujejo pri izgradnji primorske avtoceste Klanec - Ankaran. Izgradili so viadukt Jelševica in most čez Ljubljano. Pred kratkim so zaključili z deli na projektu Most čez Muro. V tej skupini so pomembni tudi projekti opornih zidov, med katerimi je najbolj znan oporni zid na Trojanah.

Udeležujejo se tudi javnih naročil na področju izgradnje **termoelektrarn in hidroelektrarn**, ki spadajo v področje energetike. Tako so pridobili naročila za izgradnjo hidroelektrarne Boštanj in termoelektrarne Brestanica.

Na področju **visokih gradenj** podjetje sodeluje pri množici projektov, in sicer so med bolj odmevnimi gradnja nove Pediatrične klinike v Ljubljani, gradnja Ginekološko-porodniškega oddelka v Splošni bolnišnici v Murski Soboti, izgradnja Pokrajinske in študijske knjižnice v Murski Soboti. Ravno tako so izvedli dozidavo in rekonstrukcijo igralnice in hotela Relax v Kranjski gori, adaptirali in dogradili so poslovno stavbo Adriatica d.d. v Kopru. Podjetje pa je ravno letos poleti zelo uspešno zaključilo z izgradnjo Trgovskega centra Merkur v Litiji.

Pri **železniški povezavi** se podjetje pohvali z izgradnjo železniške povezave Puconci - Hodoš - državna meja, pri čemer je podjetje izvedlo traso železnice in železniškega platoja Hodoš.

Podjetje pa se v zadnjem času bolj posveča izvedbi lastnih projektov s poudarkom na **stanovanjski gradnji za neznanega kupca**. V preteklosti je podjetje že zaključilo s kar nekaj projekti v Ljubljani. Podjetje je izgradilo stanovanjske enote na Galjevici v Ljubljani, in sicer dve fazi, potekajo pa tudi že priprave za tretjo fazo. Prav tako so v Mariboru uspešno izvedli projekt izgradnje poslovno stanovanjskega objekta s podzemno garažo Forum. V Ljubljani so izgradili tudi stanovanjski objekt s podzemno garažo Linhartov dvor. V Izoli pa so pred leti izgradili moderno apartmajsko naselje tik ob obali.

Danes v podjetju pospešeno izvajajo gradnjo poslovno-stanovanjskega kompleksa ob Glonarjevi ulici v Ljubljani. Ta projekt bo zaključen spomladi leta 2004. Drugi projekti v izvedbi so: Galjevica-tretja faza ter izgradnja apartmajske hiše na Mariborskem Pohorju.

Nedavno so se v podjetju potegovali tudi za prevzem dokončanja projekta Zbiljski gaj. Projekt so dobili, tako da sedaj, kljub vsem oviram, dela že pospešeno potekajo. Kupcem stanovanj je Gradis Inženiring d.d. zagotovil možnost zavarovanja plačil z garancijami, saj v podjetju želijo svojim kupcem zagotoviti največjo stopnjo varnosti. Prvi objekti pri projektu Zbiljski gaj bodo dokončani že spomladi leta 2004, objekti, pri katerih je potrebno pridobiti še ustrezno dokumentacijo, pa bodo zaključeni najkasneje do poletja 2005.

Vidimo torej, da Gradis Inženiring d.d. izvaja projekte po celotni Sloveniji in tudi v **tujini**. V preteklosti je podjetje izgradilo več počitniških objektov na Hrvaškem, in sicer turistično naselje v Maredi ter dve marini – eno v Rovinju in eno v Umagu. Prav tako se podjetje lahko pohvali z izgradnjo montažnih stanovanjskih naselij v Novem Sadu in v okolici Beograda. Gradis pa se v preteklosti ni osredotočal le na trge bivše Jugoslavije, temveč je osvajal tudi tržišča Bližnjega vzhoda, Afrike, Sovjetske zveze in Zahodne Evrope. Skozi vsa ta leta si je podjetje pridobilo vrsto referenc v Nemčiji, Avstriji, Franciji, Italiji, Libiji, Iraku in Kuvaitu. V Iraku in Kuvaitu je podjetje zgradilo več mostov in cest, žal pa se je moralo podjetje zaradi velike finančne nediscipline s teh tržišč umakniti. V Sovjetski zvezi si je podjetje pridobilo reference pri izgradnji kompresorskih postaj z infrastrukturo na trasi plinovoda. V Nemčiji pa je imelo podjetje ustanovljeno celo svojo delovno enoto, ki je skupaj z nemškimi partnerji skrbela za projektiranje in izgradnjo šol, razstaviščne hale v Frankfurtu, stanovanjskega naselja, mostov v Frankfurtu in Obernburgu ter drugih pomembnih projektov.

Trenutno podjetje ne izvaja projektov v tujini, se pa zavedajo, da bo treba to spremeniti. V podjetju zrejo v prihodnost in se zavedajo, da bo v Sloveniji čez nekaj let končana gradnja avtocest in tudi gradnja stanovanj se bo zmanjšala. Slovenija je majhna država, in zaradi velike konkurence med podjetji, ki se ukvarjajo z gradbeništvom, bo treba v prihodnosti izkoriščati potencial predvsem v tujini. Konkurenca narekuje nove smernice v gradbeništvu in s hitrim približevanjem v EU bo z odprtjem mej še večji poudarek na udejstvovanju v tujini. Podjetja, ki se bodo opirala le na posle doma, ne bodo sposobna stopati v korak s konkurenti in bodo v resni nevarnosti v boju za preživetje. V Sloveniji je na področju gradbeništva nekaj podjetij, ki so vodilna in predstavljajo resno grožnjo majhnim podjetjem. Že v preteklosti je bilo med manjšimi podjetji kar nekaj žrtev, ki niso bila sposobna stopati v korak z vodilnimi, in so prenehala s poslovanjem. Pri pridobivanju poslov na javnih natečajih imajo večja podjetja prednost, saj imajo večji manevrski prostor pri določanju cen in ostalih pogojev.

3.3. Oddelek marketing in proces javnega naročanja

V podjetju Gradis Inženiring d.d. je oddelek marketinga zelo pomemben. **Najpomembnejša naloga** tega oddelka je prijava na javne natečaje in priprava ter oddaja ponudb. Tej nalogi marketing oddelka bom v nadaljevanju posvetila celotno poglavje.

Poleg priprave ponudb sodi v ta oddelek tudi prodaja stanovanj (lastna gradnja za trg). Sestavni del tega oddelka sta še priprava razpisov za pridobivanje podizvajalcev in kooperantov ter kalkulacije. Kalkulacije so nujni del pri pripravi ponudbe, ki se jo odda naročniku. S tem oddelkom sodelujejo vsi ostali oddelki v podjetju – *pravna služba* pripravlja vse pogodbe, ki so nujni del ponudbene dokumentacije, daje zahteve za potrdila o nekaznovanju in drugo; *finančna služba* naroča potrdila o plačilu davčnih obveznosti, naroča poročila o uspešnosti poslovanja, revizijska poročila in pripravlja ustrezne izkaze ter bilance, potrebne pri ponudbeni dokumentaciji. *Projektna pisarna* sodeluje pri določitvi vodje projektov, *kadrovska služba* pa posreduje ustrezna dokazila zaposlenih (življenjepisi, diplome, potrdila o včlanjenju v Inženirsko zbornico in drugo). Vidimo torej močno povezanost vseh oddelkov pri pripravi ponudb, saj je od uspešnosti pri javnih natečajih odvisna prihodnost podjetja.

Proces javnega naročanja v podjetju Gradis Inženiring d.d. si lahko ogledamo v sliki 4 na strani 15. Kot lahko razberemo iz slike, je **pričetek aktivnosti** v oddelku marketing s planiranjem oziroma z izdelavo letnega plana. V tej fazi je potrebno napraviti analizo stanja za zadnja štiri leta in sodelovati pri izdelavi SWOT analize. Prav tako se sodeluje pri določitvi politike, strategije in ciljev ter pri izdelavi srednjeročnega plana družbe. Pri izdelavi letnega plana družbe se ugotavlja stanje za preteklo leto in se sprejme planske usmeritve vodstva. Izdelava se predlog plana za plansko leto, in sicer se ga razdeli na poslovne procese v teku in na oceno priložnosti in možnosti po področjih (projekti Gradis Inženiring d.d., skupni projekti in prodaja storitev). Prav tako se sodeluje pri pripravi predloga letnega plana družbe.

V **drugi fazi** ločimo med splošno raziskavo trga, raziskavo trga za lastne projekte (gradnja za trg), raziskavo trga za projekte v imenu in za račun Gradis Inženiring d.d. za zunanjega naročnika in raziskavo trga za skupne projekte GIZ Gradis. Pri splošni raziskavi trga gre za raziskavo trga za plasma obstoječih storitev in razvoj novih storitev, analizo tržnih možnosti, konkurence, kupcev ter pričakovanih poslovnih učinkov novih storitev ter za obisk kupcev in razgovor z njimi. Pri lastnih projektih se zbira informacije o možnih lokacijah, preverja se lokacije v smislu realnosti in ustreznosti ter sprejme pisni predlog o primernosti lokacije za gradnjo za trg. Prav tako se pripravi smernice za realizacijo projekta in napravi ter sprejme odločbo o imenovanju vodje projekta. Pri projektih za znanega naročnika so zelo pomembni poslovni stiki z naročniki in zasledovanje objav javnih naročil. Pri skupnih projektih gre za zasledovanje investicijskih namer proračunskih porabnikov v Republiki Sloveniji. Prav tako je nujno zasledovanje objav javnih razpisov.

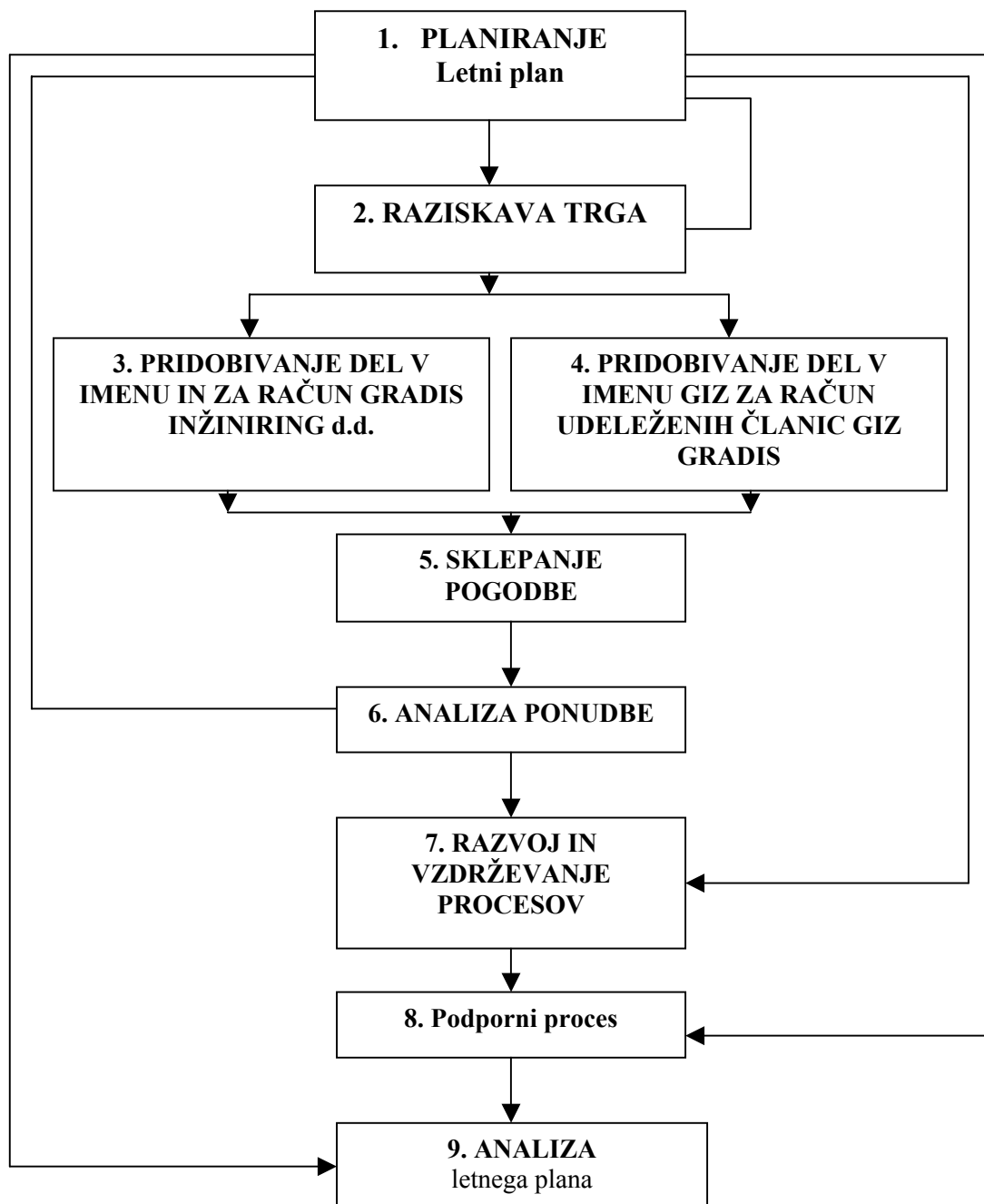
V **tretji fazi** gre za pridobivanje del v imenu in za račun Gradis Inženiring d.d.. To fazo bom podrobneje opisala v četrtem poglavju.

Četrta faza prav tako opisuje potek pridobivanja del, vendar s to razliko, da gre tu v imenu združenja GIZ Gradis in za račun udeležениh članic GIZ Gradis. Te faze ne bom

podrobneje opisovala, ker se bom osredotočila na pridobivanje del v imenu in za račun Gradis Inženiring d.d.

Peta faza je sklepanje pogodbe, **šesta faza** je analiza ponudbe. Ti dve fazi bom prav tako podrobneje opisala v četrtem poglavju.

Slika 4: Proces javnega naročanja v podjetju Gradis Inženiring d.d.



Vir: Poslovnik kakovosti družbe, 2003.

Po analizi ponudbe je potrebno razvijati in vzdrževati procese. V to **sedmo fazo** spada priprava letnega poročila o poslovanju družbe. Revizijsko poročilo o finančnem poslovanju napravi pooblaščen revizijska družba. V tej fazi je ključno tudi anketiranje odjemalcev na podlagi vprašalnika, s čimer v podjetju ocenjujejo zadovoljstvo odjemalcev z njihovimi storitvami. Anketiranje poteka enkrat letno. Nadalje se pripravi prospekt prodajne storitve. Sem spadata evidenca referenčnih objektov in slikovni material o izvedenih objektih. Naslednji korak je zbiranje referenčnih podatkov, in sicer v podjetju napravijo seznam referenčnih objektov, zberejo slikovni material in pisma naročnikov o izvedenih projektih. V to fazo spadajo še naslednji koraki: priprava kalkulativnih osnov, izbor dobaviteljev in ocenjevanje le-teh ter reklamacije. Pri ocenjevanju dobaviteljev gre za zbiranje podatkov o reklamacijah, izdelavi poročil oz. analiz kakovosti in pa ocenjevanju dobaviteljev na vsakem projektu oz. enkrat letno. Nenehno je tudi potrebno ažurirati listo dobaviteljev in potrjevati spremembe. Pri reklamacijah gre za sprejem reklamacije na storitev od naročnika, ugotovitev stanja in določitev obsega reklamacije in način za odpravo reklamacije. Po odpravi reklamacije se napravi analizo stanja.

Naslednja, **osma faza**, so podporni procesi, ki se ločijo na tri dele, in sicer na podporne procese izvajanja projektov, podporne procese izvajanja projektov, ko gre za gradnjo za trg, tretji del pa so podporni procesi finančno-računovodske službe. Pri procesih izvajanja projektov je več korakov, in sicer je potrebno predati razpisno dokumentacijo vodji projekta, izdelava se interne predračune, sodeluje pri pripravi interne pogodbe, sodeluje se pri usklajevanju del med udeleženkami GIZ Gradis in naročnikom. Prav tako je potrebna pomoč pri pripravi in usklajevanju zahtevkov. Pri gradnji za trg je prvi korak priprava analize predloga o primernosti lokacije za trg. Nato se definira zasnova objekta in izdelava oceno stroškov za lastne projekte. Nadalje se evidentira potencialne kupce in se pripravi finančno konstrukcijo na lastnih projektih skupaj z izdelavo investicijskega programa. Nato se pripravi razpisne pogoje za izvedbo razpisa za gradbeno obrtniška dela in se razpis tudi izvede. Analizira se dospele ponudbe in izbere najugodnejšega ponudnika. Ostali koraki v tej podfazi so pomoč pri oddaji kooperantskih del, sodelovanje pri odpravi pomanjkljivosti v garancijski dobi, sprejem dokumentacije o končnem obračunu in uspešnosti projekta ter pa sprejem poročil kooperantov oz. dobaviteljev. Podporni procesi finančne službe zajemajo likvidacijo stroškov sektorja, izdajo računov, realizacijo nalog, vezanih na obračun osebnih dohodkov in pa spremljanje rezultatov poslovanja.

V zadnjo, **deveto fazo** spada analiza realizacije plana. Na tem mestu je potrebno oceniti realizacijo oziroma doseganje planirane. Sodeluje se pri pripravi letnega poročila in predloga sprememb in dopolnitev srednjeročnega plana družbe. Nadalje se oceni še realizacijo letnega plana. Zadnji korak te faze je sodelovanje pri oblikovanju ciljev in politike za plan naslednjega leta.

Oddelek marketinga ima različne zadolžitve. Nekatere zadolžitve oziroma naloge izvaja le občasno, nekatere pa potekajo skozi celo poslovno leto. V začetku poslovnega leta je

potrebno izvesti planiranje oziroma izdelati letni plan. Med občasne naloge spadajo še raziskava trga, razvoj in vzdrževanje procesov ter podporni procesi. Na koncu leta pa je potrebno napraviti analizo letnega plana ter proučiti odstopanja od cilja. Naloge, kot so pridobivanje del v imenu in za račun Gradis Inženiring d.d. in pridobivanje del v imenu GIZ za račun udeleženih članic GIZ Gradis, pa potekajo skozi celo leto. Nujna sestavna dela teh dveh korakov sta sklepanje pogodbe in analiza ponudbe. Te štiri naštetе naloge bi opredelila kot proces oddaje ponudb v podjetju Gradis Inženiring d.d. Ta proces je pglavilna naloga tega oddelka, in obstoj podjetja je odvisen od uspešnosti pri pridobivanju projektov s pomočjo oddaje ponudb. Ta proces bom podrobneje analizirala v nadaljevanju.

4. PROCES ODDAJE PONUDB V PODJETJU GRADIS INŽENIRING d.d.

Temeljni namen ZJN je, da naročnik izbere takšen postopek za izvedbo javnega naročila, da bo izbral najugodnejšega ponudnika in da bo rezultat celotnega postopka uspešna oziroma optimalna izvedba javnega naročila (Štular, 1997, str. 1).

Naročnik lahko izbira med več vrstami javnih razpisov, in sicer javni razpis za izbiro izvajalca brez omejitev, javni razpis za izbiro izvajalcev s predhodnim ugotavljanjem sposobnosti, dvostopenjski javni razpis, zbiranje ponudb, zbiranje predlogov in sklenitev neposredne pogodbe kot izjemen način, ki se uporabi le v primerih in ob pogojih, določenih z zakonom (Mordej, 1997, str. 456).

Lahko pa se zgodi tudi, da se dodeli javno naročilo javnemu podjetju brez uporabe pravil javnega naročanja. **ZJN-1 se ne uporablja za naročila**, ki so dodeljena organizaciji, ki je sama naročnik po tem zakonu, in je ustanovljena s posebnim predpisom za opravljanje storitve, ki je predmet javnega naročila, ter ima izključno pravico opravljati take storitve (npr. vzdrževanje javnih površin, ki ga izvaja v ta namen ustanovljeno javno podjetje). Obstajata dva pogoja, ki morata biti izpolnjena, da posel ni podrejen pravilom ZJN-1, in sicer morata biti obe pogodbeni stranki javna naročnika in izvajalec storitve mora imeti na podlagi predpisa izključno pravico do opravljanja storitve (Mužina, 2003, str. 12).

V podjetju Gradis Inženiring d.d. vse več sodelujejo na javnih razpisih, ki zahtevajo od ponudnika določeno usposobljenost za izvedbo del. V teh primerih gre za posebno zahtevna in obsežna javna naročila. Izvedba del v teh primerih zahteva izjemno kakovost oziroma usposobljenost izvajalcev in posedovanje določene gradbene mehanizacije in opreme.

Vsako javno naročilo poteka skozi tri **faze**, in sicer predrazpisno fazo, razpisno in porazpisno fazo. Porazpisno fazo imenujemo tudi pogodbeni faza. Zakon o javnih

naročilih ureja skoraj izključno razpisno fazo, drugih dveh se dotika le, kolikor je to nujno za razpisno fazo (Jurak, 1999, str. 8). V nadaljevanju bom podrobneje obravnavala razpisno fazo in korake v njej.

4.1. Sprejem zahtevka za ponudbo in odločitev o pripravi ponudbe

Javni razpis mora biti objavljen v Uradnem listu RS. Poleg te objave pa je možno javno naročilo objaviti tudi v dnevnem tisku, v tujih časopisih, v elektronskih medijih. Vendar pa je zakonsko upoštevana le objava v Uradnem listu (Jurak, 1999, str. 14). Ko bo začel veljati dopolnjen Zakon o javnih naročilih (ZJN-1A), bodo naročniki pričeli pošiljati zahteve za objavo javnega naročila elektronsko na informacijski portal Urada za javna naročila.

Prvi korak pri procesu oddaje ponudb je torej sprejem zahtevka za ponudbo. V podjetju Gradis Inženiring d.d. spremljajo javne razpise v Uradnem listu Republike Slovenije. Podjetje se v skladu s svojo dejavnostjo odloča za javna naročila, kjer so predmet gradbena dela. Iz Uradnega lista se izbere vsa primerna javna naročila in nato se direktor področja marketing skupaj s predsednikom uprave odloči za izvedbo ponudbe za tiste projekte, za katere so v podjetju usposobljeni in za katera imajo že pozitivne izkušnje iz preteklosti in s tem tudi ustrezne reference. Nato v podjetju izdajo nalogo za izvedbo ponudbe MA 0601 (priloga 1). Izda ga komercialist v podjetju, potrdijo pa ga predsednik uprave, direktor področja marketing in direktor finančne službe. Ko se v podjetju odločijo za izdelavo ponudbe, se dogovorijo z naročnikom za dvig razpisne dokumentacije.

Razpisno dokumentacijo lahko dvigne vsak, ki se izkaže z dokazilom (virman), da je vplačal v javnem razpisu zahtevani znesek. Tu gre običajno za stroške, ki jih je imel naročnik s pripravo in razmnoževanjem razpisne dokumentacije (Grmek, 2000, str. 15). V podjetju Gradis Inženiring d.d. se je ta strošek v preteklem letu gibal zelo različno, in sicer od 50.000 SIT pa vse do 500.000 SIT.

Razpisna dokumentacija in pogodbeni dokumenti morajo biti napisani v slovenskem jeziku, vrednosti pa izražene v slovenski valuti. Razpisna dokumentacija vsebuje povabilo k oddaji ponudbe, navodila za izdelavo ponudbe, obrazec ponudbe, obrazec za ugotavljanje usposobljenosti, obrazec izjave, da ponudnik sprejema pogoje razpisne dokumentacije, vzorec pogodbe, vrsto, tehnične značilnosti in kakovost ter opise gradbenih del, ki so predmet naročila (sem spadajo tudi popisi del, skice, risbe, lokacijo, čas izvedbe idr.), tehnično dokumentacijo oziroma načrte, obrazec predračuna z navodili za izpolnitev, vzorec bančne garancije za resnost ponudbe, vzorec bančne garancije za dobro izvedbo del, vzorce drugih bančnih garancij. Vključuje lahko še druge dokumente, ki jih morajo ponudniki upoštevati (Mordej, 1997, str. 497).

V Predlogu zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o javnih naročilih (ZJN-1A) so predvidene spremembe tudi na področju razpisne dokumentacije. Te spremembe bom podrobneje obravnavala v petem poglavju, kjer bom govorila o novostih na področju javnih naročil.

Naročnik mora veliko časa in dela nameniti pripravi **dobre in kakovostne razpisne dokumentacije**, saj je le-ta temelj za dobro in kakovostno analizo ponudb. V primeru slabe in strokovno šibke dokumentacije lahko naročniku razpis celo propade. Slaba in nejasna razpisna dokumentacija vedno vodi tudi k slabi kakovosti prejetih ponudb. S tem pa je tudi nemogoče pričakovati kvalitetno poročilo, na katerem sloni sklep o izbiri najugodnejšega ponudnika. Za naročnika lahko pripravi to dokumentacijo tretja oseba, ki pa ne sme sodelovati pri razpisu kot ponudnik ali podizvajalec.

Naročnik mora **voditi evidenco**, katerim ponudnikom je posredoval razpisno dokumentacijo in če jo pošilja po pošti, mora poskrbeti, da je vročitev dokumentacije izkazana. Ta evidenca pa se smatra za poslovno skrivnost. Lahko se zgodi, da naročnik po izročitvi razpisne dokumentacije ugotovi, da je le-ta nepopolna. Takrat mora naročnik vsem ponudnikom posredovati dodatno dokumentacijo in navodila, in sicer najkasneje pet dni pred rokom, ki je določen za predložitev ponudb.

V primeru, da je bilo podjetje pozvano k pripravi ponudbe in za izvedbo le-te ni zainteresirano, je potrebno naročniku poslati pisno sporočilo o odločitvi.

4.2. Organizacija priprave ponudbe

Ta faza je sestavljena iz več korakov, in sicer se najprej napravi plan izdelave ponudbe. Ta plan sicer ni obvezen je pa zaželen predvsem pri zahtevnejših ponudbah. Nato se razdeli zadolžitve pri pripravi ponudbe na zaposlene, kar stori direktor področja marketing. Razpisno dokumentacijo se po posameznih delih razmnoži in razdeli med zadolžene za posamezno nalogo. Originalna razpisna dokumentacija ostane direktorju področja marketing. Kopijo razpisa kooperantskih del se dodeli samostojnemu komercialistu v obdelavo, kopija razpisa gradbenih del pa gre v roke kalkulantu, ki je zadolžen za izdelavo kalkulacije. Tehnično dokumentacijo, ki zajema načrte in tehnične pogoje, prejme vodilni tehnolog. Na koncu gre kopija splošnih in posebnih pogojev še v finančno službo.

Drugi korak je izdelava tehnološkega elaborata z operativnim planom izvedbe ponujenih del na osnovi razpisne dokumentacije. Izdelava tega elaborata je naloga vodilnega tehnologa v podjetju, ki ga nato posreduje naprej direktorju področja marketing in direktorju področja izvajanja projektov ter zadolženemu kalkulantu.

Nadalje se izdelava kalkulacija direktnih in indirektnih stroškov izvedbe ponudbenih del. Ta korak zahteva natančen pregled projektno tehnične dokumentacije, tehničnih pogojev, popisov del in drugih razpisnih pogojev, pomembnih za pripravo ponudbe. Kalkulant razdeli popis na gradbena in kooperantska dela. Slednja preda v obdelavo referentu za kooperantska dela. Kalkulant, zadolžen za izdelavo ponudbenega predračuna gradbenih del, nadalje določi kalkulativne osnove. Mednje spadajo kalkulativna ura, cenik mehanizacije in transportov ter drugo. Določiti mora tudi vire materialov in zanje pridobiti cene. Naslednji korak je izdelava predkalkulacij in nato še kalkulacij vseh razpisanih gradbenih del. Ko je to končano, mora kalkulant uskladiti kalkulacijske parametre s tehnološkimi. Nadalje pa je potrebno le še izpisati original ponudbenega predračuna gradbenih del in napraviti analizo ponudbene cene ter izdelati ponudbene izvlečke. Zadnji korak je izdelava ponudbenih prilog kalkulativnih elementov, kot so zahtevane z razpisom. Ta faza je povsem odvisna od zadolženega kalkulanta. Ponudbeni predračun in izvlečke kalkulativnih osnov ob dokončanju preda direktorju področja marketing.

Pri izdelavi predračuna kooperantskih del je tako kot pri izdelavi predračuna gradbenih del, potrebno najprej pregledati razpisne pogoje in popise kooperantskih del ter projektno tehnično dokumentacijo. To delo opravi samostojni komercialist. Potem sledi priprava razpisa kooperantskih del in posredovanje tega najmanj trem ponudnikom z zahtevo za pripravo ponudbe. V nadaljevanju pa mora sodelovati še zadolženi kalkulant, ki po naročilu komercialista izdela kalkulacijo gradbenih del med obrtniškimi. Rezultat tega je popis del s količinami oziroma tako imenovan predračun. Kasneje se pričnejo sprejemati in analizirati dospele ponudbe kooperantov ter izbira najugodnejše. Le-to se upošteva tudi v pripravi ponudbe. Ko imamo najugodnejšo ponudbo kooperantov izbrano, se izdela ponudbeni predračun kooperantskih del. Pripravi se tudi seznam kooperantov upoštevanih v ponudbi. Ponudbeni predračun in seznam kooperantov pripravi oziroma izdela samostojni komercialist, oboje pa potrdi direktor področja marketing.

V tej fazi je potrebno pripraviti tudi finančne pogoje, ki jih zahteva razpisna dokumentacija. Ponavadi vsaka razpisna dokumentacija zahteva garancijo za resnost ponudbe in garancijo za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti. Naročnik lahko, poleg že omenjenih, zahteva še garancijo za vrnitev predplačila in garancijo za odpravo napak v garancijskem roku. Za izdajo zahtevka za garancijo je zadolžen direktor finančne službe, ki jo kasneje tudi prejme in posreduje v oddelek marketing. Garancijo za resnost ponudbe je potrebno predložiti, sicer se ponudnika izloči iz procesa oddajanja javnega naročila. Garancijo za dobro izvedbo pogodbenih del pa se dostavi naročniku potem, ko je pogodba med ponudnikom in naročnikom že sklenjena. Direktor področja marketing in direktor finančne službe skupaj pripravita predlog finančnih pogojev ponudbe. Sem spada določitev ponudbene cene in morebitnih popustov.

Ponudnikova **predložena bančna garancija ne sme bistveno odstopati od vzorca** garancije iz razpisne dokumentacije. Prav tako ne sme vsebovati dodatnih pogojev za

izplačilo, krajših rokov, kot jih določi naročnik, nižjega zneska zavarovanja, kot ga določi naročnik, ali spremenjene krajevne pristojnosti za reševanje sporov med upravičencem in banko. Trajanje garancije mora biti najmanj toliko, kolikor traja rok za izpolnitev ponudnikove obveznosti (Jurak, 1999, str. 18).

Garant pri omenjenih garancijah je vedno banka, ki mora biti prvorazredna. Stroške pridobitve garancije nosi ponudnik, garancije pa se glasijo na naročnika. Garancije delujejo kot sredstvo za zagotavljanje finančne discipline oz. so instrument finančnega zavarovanja (Grmek, 2000, str. 23).

Garancija za resnost ponudbe je obvezni sestavni del ponudbene dokumentacije. V primeru, da ponudnik le-te ne predloži, se šteje njegova ponudba nepopolna in je ponudnik izločen iz postopka oddajanja ponudbe. Trajanje te garancije je 30 dni po datumu, ki je določen za izdajo sklepa o izbiri najugodnejšega ponudnika. Garancijo naročnik vnovči, če ponudnik, ki je bil izbran za najugodnejšega, ne sklene pogodbe z naročnikom ali pa ne izpolni drugih dodatnih pogojev (Jurak, 1999, str. 19).

Garancijo za dobro izvedbo ponudbenih obveznosti ponudnik izroči naročniku, najkasneje v desetih dneh od sklenitve pogodbe. Ta garancija pokriva tudi pravočasno izvedbo pogodbenih del in traja še en dan po preteku roka za dokončno izvedbo posla. Vedno se zahteva ta garancija v višini deset odstotkov od vrednosti pogodbe (Jurak, 1999, str. 20).

Zadnji korak te faze je pregled ali priprava osnutka pogodbe. Osnutek pogodbe je v večini primerov že podan v razpisni dokumentaciji. Direktor področja marketing posreduje kopijo v pravno službo podjetja, kjer pravica temeljito prouči pogodbo. Pravna služba poda morebitne pripombe oziroma opozorila glede pogodbe.

Pogodbe so dvostranske, obvezne, odplačne, kavzalne, imenske in formalne. Obličnost določa zakon, prav tako določa zakon pot do sklenitve pogodbe. Ponudnik mora imeti pravno in poslovno sposobnost, predmet obveznosti in podlaga morata biti dopustna. Izjava volje mora biti svobodna in resna. Namen, da želi ponudnik skleniti pogodbo, mora biti jasno izražen v pogodbi (Mordej, 1997, str. 440).

4.3. Sprejem in pregled sprejetih izdelanih elementov ponudbe

Po predhodnih korakih sedaj sledi sprejem in pregled elementov ponudbe. Komercialist, ki pripravlja ponudbo, prejme od sodelavcev, zadolženih za posamezna področja, različne dokumente, ki so nastali v predhodnih procesih. Od vodilnega tehnologa je prejel izdelan tehnološki elaborat in tudi operativni plan izvedbe del. Kalkulant preda komercialistu predračun gradbenih del. Prav tako preda komercialist, zadolžen za kooperante, svoj del

predračuna za kooperantska dela. Finančna služba pa preda bilance stanja in izkaze uspeha ter ostale dokumente in pridobljene garancije za resnost ponudbe. Komercialist, ki pripravlja ponudbo skupaj z direktorjem področja marketing, temeljito pregleda vse elemente ponudbe.

4.4. Kompletiranje ponudbe

Prvi korak te faze je temeljit pregled originala razpisne dokumentacije in seznama zahtevane vsebine ponudbe. To opravi komercialist, ki je zadolžen za kompletiranje ponudbe.

Ponudbena dokumentacija je zrcalna slika razpisne dokumentacije. Sestavljena je skladno z Odredbo o obvezni vsebini ponudbene dokumentacije. Vsebovati mora vse elemente, ki so zahtevani v navodilih ponudnikom, v razpisni dokumentaciji in v dodatno naknadno poslanih pojasnilih ponudnikom. Vsebovati mora vse potrebne dokumente, ki omogočajo naročniku oceniti resničnost in kakovost ponudbe, usposobljenost in sposobnost ponudnika, ter dokazila o ustreznosti celotne in vseh posamičnih cen. Urejena in opremljena mora biti tako, kot je zahtevano v navodilih ponudnikom.

Komercialist mora pridobiti vse dokumente iz pravne službe, ki so zahtevani v razpisu, ter pregledati zadolžitve glede priprave in pregleda pogodbe. Pravna služba mora pridobiti vsa potrebna potrdila o nekaznovanju podjetja. Največkrat naročniki javnih naročil zahtevajo od ponudnikov tudi potrdila o nekaznovanju vodilnih zaposlenih v podjetju in tistih zaposlenih, ki bodo pri projektu sodelovali. S tem mislimo vodjo projekta, ki bo za dobljeni projekt odgovoren.

Prav tako je pridobil dokumente iz finančne službe glede na zahteve razpisa. Sem spadata garanciji za resnost ponudbe in dobro izvedbo ponudbenih obveznosti, dokazi poslovne sposobnosti ponudnika (BON 1 in 2), bilanca stanja in uspeha. V teh finančnih izkazih najdemo kazalnike financiranja, investiranja, donosnosti, ekonomičnosti in druge, ki kažejo na uspešnost podjetja. Prav tako med zahtevane dokumente spadajo še potrdila o poravnanju vseh davčnih obveznosti in potrdila o poravnanih zapadlih obveznostih do podizvajalcev.

Nadalje pripravi in pregleda vse ostale dokumente sodelujočih pri pripravi ponudbe. Sem spadajo že omenjeni tehnološki elaborat, operativni plan izvedbe del, ponudbeni predračuni za vse vrste razpisanih del (gradbena dela, kooperantska dela idr.). V tem koraku je zadolžen za izvajanje teh nalog (pridobitev vseh dokumentov) direktor področja marketing, ki nato posreduje prejete dokumente komercialistu, da ponudbo kompletira.

V tej fazi je potrebno pripraviti tudi vse ponudbene priloge, ki jih po planu priprave ponudbe pripravi referent za kompletiranje ponudb. Priloge, ki so sestavni del ponudbene dokumentacije, izpolni komercialist in priloži tudi vse potrebne izjave. Vse, z razpisom zahtevane, dokumente ponudbe in razpisne pogoje potrdi komercialist in nato začne s kompletiranjem ponudbe. V registrator vlaga, v sosledju, ki je zahtevano v navodilih ponudnikom, vse originalne dokumente, ki jih je v teku pridobivanja ter priprave ponudbene dokumentacije pridobil sam oziroma s pomočjo sodelavcev. Ko so dokumenti vloženi v registrator, se ponovno pregleda kompletnost ponudbenih dokumentov in se označi vsa mesta v ponudbeni dokumentaciji, ki morajo biti podpisana s strani pooblaščenih oseb. V trenutku, ko je ponudbena dokumentacija v celoti zbrana in so vsi potrebni dokumenti žigosani in podpisani, se izdela kopijo za domači izvod. Določeni naročniki gradbenih del v navodilih zahtevajo še eno ali dve dodatni kopiji. Družba za avtoceste Republike Slovenije, DARS d.d., vedno zahteva od ponudnikov original in kopijo ponudbe, v primeru, da vrednost razpisanih del presega eno milijardo SIT, pa je potrebno predložiti še drugo kopijo za revizijo. Državna revizijska komisija, ki dobi dodatni izvod ponudbe, dobi tudi obvestilo s strani naročnika o dokončnosti postopka oddaje javnega naročila. V primeru, da v postopku oddaje javnega naročila ni bil vložen revizijski zahtevek, o katerem je odločala Državna revizijska komisija, mora komisija vrniti kopije ponudb ponudnikom v zaprti kuverti.

4.5. Pregled in parafiranje ponudbe ter podpis ponudbe

Na koncu je potrebno organizirati še zaključni sestanek vseh sodelujočih pri pripravi ponudbe, in sicer so to vodilni tehnolog, ki je napravil tehnološki elaborat in operativni plan izvedbe del, kalkulant, ki je napravil predračune gradbenih del, samostojni komercialist, ki je pridobil ponudbe kooperantov in izbral najugodnejšega ponudnika, ter komercialist, ki je ponudbo kompletiral. Navzoči so še direktor finančne službe in direktor področja marketing, ki ima pri vsem glavno vlogo. Na tem sestanku se določi tudi končno ponudbeno ceno in ponudbene pogoje. Vsi navzoči morajo ponudbo pregledati oziroma parafirati in ta pregled tudi potrditi s svojim podpisom na obrazcu OBR MA 0602 (priloga 2). Obrazec »pregled ponudbe« v podjetju hranijo tako dolgo kot ponudbeno dokumentacijo samo.

4.6. Predaja ponudbe in morebitni sprejem dodatnih zahtev naročnika

Naročniku se preda originalni izvod ponudbe in tudi eno ali dve kopiji, če naročnik to zahteva. Roki za oddajo ponudbe so določeni tako, da ponudnikom omogočajo kakovostno izdelavo ponudbe. Minimalni rok za predložitev ponudbe je dvajset dni. Ti roki pa so seveda v veliki meri odvisni od vrednosti javnega naročila. Pri večjih vrednostih so ti roki daljši, in tako omogočajo res kvalitetno pripravo ponudbe.

Ponudbena dokumentacija mora biti predložena v **zapečatenem ovitku**, na katerem morajo biti navedeni določeni podatki. Mednje spadajo oznaka »Ne odpiraj, ponudba«, navedba javnega razpisa, na katerega se ponudba nanaša, na hrbtni strani ovitka pa naslov pošiljatelja (Mordej, 1997, str. 440).

Ob predložitvi ponudbe prevzemnik ponudniku izda ustrezno **potrdilo**, ki vsebuje čas (datum, uro in minuto) predložitve ponudbe, navedbo števila prevzetih ovitkov in ugotovitev, ali so pravilno označeni. Prejete ponudbe se mora opremiti, navesti datum in čas ter vrstni red prevzema. Prav tako se jih žigosa in podpiše. Rok predložitve ponudbe, objavljen v objavi razpisa, je izjemno pomemben. Do roka prispela ponudba je pravočasna, pravilno opremljena pa tudi veljavna. Če ponudba pride k naročniku z zamudo (po pretečenem roku za predložitev ponudbe), se smatra za **neveljavno** in je iz postopka izločena. Prav tako se zgodi z nepravilno opremljeno ponudbo. V obeh primerih se ponudba neodprta vrne ponudniku.

Naslednje dejanje v postopku javnega razpisa je **javno odpiranje ponudb**. Opravi se v času in kraju, navedenima v objavi, ne glede na to, ali so predstavniki ponudnikov prisotni ali ne.

Odpiranje vodi strokovna komisija, ki jo imenuje predstojnik naročnika s pisno odločbo. Komisija je **sestavljena** iz predsednika in dveh članov, če pa vrednost javnega naročila presega 50 mio SIT, mora biti komisija najmanj petčlanska. Med člani mora biti vsaj en član s pravnimi znanji s področja javnih naročil. Prav tako je obveza članov komisije, da ravnajo po pravilih stroke in so pri svojem delu nepristranski. Pogoji za člane so tudi izobrazba in strokovne izkušnje. V začetku se preveri sklepčnost komisije in nato še, ali je javni razpis uspel. **Pogoj za uspeh razpisa** je, da sta predloženi vsaj dve veljavni ponudbi (Mordej, 1997, str. 446).

Naročnik mora pridobiti vsaj dve pravilni ponudbi, sicer ne more oddati javnega naročila, uporaba druge točke prvega odstavka 20. člena ZJN-1 pa je opravičljiva, če naročnik izkaže obstoj objektivnih razlogov ali obstoj razlogov, ki so povezani z varovanjem izključnih pravic, da naročilo lahko izpolni le določen ponudnik, za kar je potrebno pridobiti mnenje Urada za javna naročila (Šoltes, 2002, str. 6).

Urad za javna naročila mora izdati mnenje v sedmih dneh po prejemu vloge. V primeru, da Urad ne izda mnenja v sedmih dneh, naročnik lahko nadaljuje s postopkom oddaje javnega naročila (Kranjc, 2001, str. 71).

Po novem Predlogu zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o javnih naročilih, ki je bil v prvi obravnavi v državnem zboru dne 09.05.2003, pa lahko naročnik javno naročilo

odda tudi, če potem, ko izloči vse ponudbe, ki niso pravilne, sprejemljive ali primerne, dobi samo eno ponudbo (Avbreht, Zajc, 2003, str. 26).

Potem, ko je ugotovljeno, da je javni razpis uspel, sledi **odpiranje ponudb**. Komisija odpira ponudbe po vrstnem redu njihovega prispetja. Sproti se sestavlja zapisnik, ki je posnetek dela komisije in velja za dokazilo, kaj se je na odpiranju ponudb dogajalo. Zapisnik vsebuje kraj, dan in uro odpiranja ponudb. Navedeno mora biti, za katero javno naročilo gre (sklic na številko objave v Uradnem listu). Nadalje se navede vse člane komisije (imena, priimke, strokovno izobrazbo) ter predstavnike ponudnikov. Le-ti morajo predložiti tudi pooblastilo. Poleg navedbe predstavnikov ponudnikov mora biti obvezno navedeno podjetje in sedež ponudnika. Zapisnik zajema tudi vrstni red odpiranja ponudb ter glavne podatke vsake ponudbe (cene, roki, reference, posebne ugodnosti). Najpomembnejši del zapisnika so ugotovitve o popolnosti oziroma nepopolnosti ponudb in v tem zadnjem primeru razlogi za pomanjkljivosti. Zapisnik se nato podpiše s strani vseh navzočih. Ko je zapisnik podpisan, je javno odpiranje ponudb končano. Kopijo zapisnika se izroči predstavnikom ponudnikov takoj po odpiranju ali pa najmanj v osmih dneh od dneva odpiranja. Kopijo dobijo tudi ponudniki, ki niso imeli navzočega predstavnika na odpiranju, in tudi tisti, katerih ponudbe so bile nepravčasne ali nepravilno označene.

V tej fazi pa lahko pride tudi do dodatnih zahtev naročnika, te prejme direktor področja marketing, ki nato ponovno razdeli zadolžitve sodelavcem. V tem primeru se mora znova pričeti s fazo priprave plana izdelave ponudbe, proces se v celoti ponovi.

4.7. Analiza ponudbe v primeru uspešne in neuspešne ponudbe

Takoj po končanem odpiranju ponudb prične strokovna komisija s **pregledom in ocenjevanjem ponudb**. Ta poteka v treh fazah, ki jih bom opredelila v nadaljevanju (Mordej, 1997, str. 453). Roki za izbiro ponudb so odvisni od vrednosti javnega naročila, ne smejo pa biti krajši od petnajst dni. Javna naročila, katerih vrednost presega 50 mio SIT, in javna naročila investicijskega značaja, imajo daljši rok, in sicer najmanj petinštirideset dni. Roki začnejo teči naslednji dan po odpiranju ponudb. Lahko pa naročnik roke tudi podaljša, in sicer 45-dnevne podaljša za največ deset dni in 15-dneve za največ pet dni (Mordej, 1997, str. 448). Vendar pa mora imeti naročnik za to podaljšanje tehten razlog – npr. če je moral pridobiti dodatna pojasnila v zvezi s ponodbami in se je zato analiza zavlekla. Seveda mora ponudnike o podaljšanju obvestiti.

V **prvi fazi** pregleda in ocenjevanja ponudb komisija obravnava morebitne pripombe predstavnikov ponudnikov. V primeru, da so opombe umestne, jih komisija sprejme, v primeru neumestnih pa zavrne. Odločitev je potrebno vnesti v poročilo skupaj z obrazložitvijo.

Drugi del zajema vsebinsko oceno ponudb in ugotovitev, katera ponudba je najugodnejša oziroma najbolj ustreza zahtevam naročnika. Merila za izbor so navedena v razpisni dokumentaciji. V primeru nejasnosti v zvezi s ponudbeno dokumentacijo se lahko dogovori naročnik s ponudnikom za razjasnitev nejasnosti. Seveda pa tako ravnanje naročnika zavezuje k zelo striktnemu ravnanju. Razjasnitev nejasnosti se lahko kaže le v ponudnikovem komentarju, ki komisiji olajša pregled, ovrednotenje in primerjavo ponudb. V tej fazi pa se lahko zgodi tudi to, da ima eden izmed ponudnikov izjemno nizko ceno v primerjavi z ostalimi. V tem primeru mora naročnik od ponudnika zahtevati pisno obrazložitev strukture cene. Če je ta obrazložitev utemeljena, se ponudba v nadaljevanju upošteva, v nasprotnem primeru se jo zavrne. Ta faza je v pregledu ponudb izjemno pomembna, saj komisija preverja posamezne ponudnike. Komisija pregleda, ali so lastnosti blaga oziroma izpolnjevanje storitev, ki so predmet javnega naročila, v skladu z zahtevami naročnika. Nadalje pogleda komisija, ali ponudniki izpolnjujejo pogoje, ki so navedeni v razpisni dokumentaciji. Pregledajo se tudi vsa dokazila o nekaznovanju podjetja in potrdila o poravnanju obveznosti iz davkov, carin in taks. V primeru, da ponudnik katere od teh zahtev ne izpolnjuje, se ga izloči iz nadaljnjega postopka. Ponudniki morajo ravno tako izpolnjevati zahteve glede finančne sposobnosti in, seveda, tudi glede tehničnih zmogljivosti. Naročnik pregleda tudi dokazila o usposobljenosti ponudnika, pri tem upošteva dosedanje izkušnje ponudnikov oziroma njihove reference.

V **tretjem delu** mora komisija izdelati poročilo, v katerem oceni ustreznost in kakovost prejetih ponudb. Komisija navede katera ponudba najbolj ustreza v razpisni dokumentaciji navedenim merilom. Izbere se najugodnejšega ponudnika. Poročilo z vsemi ugotovitvami se pošlje predstavniku naročnika.

Sedaj, ko ima naročnik v rokah poročilo strokovne komisije in je najugodnejši ponudnik tudi izbran, mora naročnik vse ponudnike obvestiti o svoji odločitvi. Najugodnejši ponudnik pridobi status izvajalca po zakonski opredelitvi. S tem izvajalcem naročnik nato sklene pogodbo o izvedbi del. Naročnik mora hraniti dokumentacijo najmanj dvanajst mesecev po izpolnitvi pogodbe. Evidenca, ki jo naročnik vodi sproti, in tudi dokumentacija, sta javni, razen če ne vsebujeta zaupnih podatkov, tako da se evidenca označi z vrsto zaupnosti. Naročnik mora objaviti izid javnega razpisa v Uradnem listu Republike Slovenije v roku štirinajst dni od sprejetja sklepa. V tej objavi mora navesti osnovne podatke, in sicer vrsto javnega razpisa, firmo in sedež izbranega ponudnika, podatke o izbrani ponudbi (količina blaga, vrsta storitev, cena, lokacija izvedbe...), merila izbire ponudnika, število predloženih veljavnih ponudb in drugo.

V podjetju Gradis Inženiring d.d. v primeru, da na javnem razpisu niso bili izbrani kot najugodnejši ponudnik, napravijo **analizo neuspešne ponudbe** (obrazec MA 0603, priloga 3). Obrazec izpolni komercialist in ga preda direktorju področja marketing. Skupaj nato pregledata, pri katerih postavkah bi lahko bili boljši in uspešnejši, kar je potrebno in koristno za izdelavo ponudb v prihodnje. V primeru, da je bilo podjetje izbrano za

najugodnejšega ponudnika, prejme od naročnika pismo o sprejemu ponudbe, ki ga v podjetju prejme direktor področja marketing. Le-ta skupaj s komercialistom znova pregleda domači izvod ponudbe, da se v potankosti seznani s postavkami, ki so jih v ponudbi navedli.

4.8. Priprava in podpis pogodbe ali dodatkov k pogodbi

Podrobneje bom opisala še peto fazo procesa v oddelku marketing, in sicer je to faza priprave in podpisa pogodbe ali dodatkov k pogodbi.

Naročnik izbranemu ponudniku skupaj s sklepom o izbranem ponudniku pošlje tudi poziv k **sklenitvi pogodbe**. Če se ponudnik v osmih dneh nanj ne odzove, se smatra, da je od ponudbe odstopil. S tem pa je naročniku povzročil določene stroške, zato lahko naročnik po zakonu vnovči ponudnikovo garancijo za resnost ponudbe. Skrajni **rok za podpis pogodbe** je trideset dni od dneva pravnomočnosti sklepa o izbiri najugodnejšega ponudnika.

V podjetju Gradis Inženiring d.d. po sprejemu sklepa o izbiri najugodnejšega ponudnika začno z aktivnostmi za pripravo pogodbe. Pri tem gre za sodelovanje z naročnikom, saj kot vemo naročnik že v razpisno dokumentacijo uvrsti obrazec pogodbe kot sestavni del te dokumentacije. Direktor področja marketing je zadolžen za sodelovanje pri pripravi pogodbe ali dodatka z naročnikom, vključno s postopki usklajevanja. Sodelujoči pri tej zadolžitvi so še pravna služba, direktor finančne službe, direktor področja izvajanja projektov in predsednik uprave. Pravna služba mora v začetku pogodbeno listino vnesti v seznam pogodbenih listin ter določiti zaporedno številko listine. Direktor področja marketing pogodbeno listino pregleda; če gre za dodatek, pa to stori direktor področja izvajanja projektov in sicer pregled potrdi na obrazcu MA 0604 (priloga 4). Nato poskrbi za pregled in potrditev pogodbe s strani vseh, ki so predvideni za pregled pogodbe. Ko je pogodbeno listino, ali dodatek, pregledana od vseh sodelujočih, direktor področja marketing preda obrazec »pregled pogodbe« s priložo pravni službi, ki nato pripravi vse originale pogodbe z vsemi prilogami in obrazcem »pregled pogodbe« za parafiranje. Direktor področja marketing parafira vsako stran vseh originalov pogodbe in prilog ter jih preda skupaj z obrazcem »pregled pogodbe« v podpis upravi družbe.

Direktor področja marketing je zadolžen za **dostavo podpisane pogodbene listine**, direktor področja izvajanja projektov pa za dostavo dodatka naročniku. To storita preko pravne službe s spremnim dopisom. Obojestransko podpisana pogodbeno listino - ali dodatek - gre nato z vhodno pošto, preko uprave družbe, pravni službi v vseh sprejetih izvodih. Pravna služba s spremnim dopisom razdeli to pogodbeno listino po seznamu, ki ga poda pravni službi direktor področja marketing oziroma direktor področja izvajanja projektov, če gre za dodatek. Original pogodbene listine oziroma dodatka ohrani v svojem

arhivu pravna služba in ga tudi označi kot original. Pogodbo in obrazec »pregled pogodbe« hranijo v podjetju štiri leta po preteku veljavnosti pogodbe oziroma enako dolgo kot pogodbo.

4.9. Analiza ponudbe

Zadnja, šesta faza v procesu aktivnosti v oddelku marketing, ki jo bom podrobneje obravnavala, je šesta faza, in sicer faza analize ponudbe. Ta faza zajema izdelavo evidence ponudb ter povzemanje vseh podatkov o vrednostih ponudb in mestu arhiviranja ponudb. Za to je zadolžen komercialist, ki tudi sicer pripravlja ponudbeno dokumentacijo. Evidence se pripravlja ločeno za ponudbe, ki jih oddaja združenje GIZ (več članic združenja, ki skupaj tvorijo »joint venture«), in ponudbe, ki jih oddaja članica Gradis Inženiring d.d. samostojno. Evidenca se **vodi tekoče**, po oddaji ponudbene dokumentacije naročniku. Evidenca se vodi **v obliki tabele**, kjer so po seznamu navedene vse oddane ponudbe. Pri tej evidenci sodeluje tudi finančna služba, ki posreduje vse vrednostne podatke. Ta seznam gre nato v roke direktorju področja marketing.

Evidenco se vodi tudi z **vidika uspešnosti in neuspešnosti ponudb** ter vzrokov za neuspešnost. To evidenco se vodi tekoče, in sicer v roku enega tedna od prejema obvestila naročnika o izbiri najugodnejšega ponudnika. Pri tem se izdeluje kvartalno poročila o uspešnosti ponudb v skladu s kazalci uspešnosti. Tudi to evidenco izdelava komercialist, prejmeta pa jo direktor področja marketing in vodja službe za kakovost. Pri analizah neuspešnih ponudb so pomembni izpolnjeni obrazci MA 0603 (priloga 3).

Potem, ko smo ponudbe analizirali in ugotovili odstopanja, moramo **ukrepati za odpravo odstopanj**. Na podlagi analiz neuspešnih ponudb in ugotovljenih neskladnosti se določijo korektivni ali pa preventivni ukrepi. V tej fazi direktor področja marketing in komercialist skupaj pripravita **letno poročilo** in z vodjo projekta izpolnijo tudi obrazec korektivnih in preventivnih ukrepov MA 0605 (priloga 5). Ti obrazci zajemajo glavne podatke o neskladnosti, in sicer opis le-teh ter vzroke zanje. Našteti so tudi korektivni ali preventivni **ukrepi za izboljšave**. Ko do izboljšav tudi v resnici pride, se to ravno tako navede v ta obrazec.

Menim, da v podjetju Gradis Inženiring d.d. proces oddaje ponudb ni najbolj organiziran. Kot sem lahko videla, se preveč zadolžitev, ki so sestavni del tega procesa, izvaja prepozno, lahko bi rekla v zadnjem trenutku. To pa ima za posledico preveč napak in nepravilnosti, kot bi si jih pri pridobivanju javnih naročil v podjetju lahko privoščili. Včasih se zgodi, da se v enem dnevu oddaja tudi tri ponudbe naenkrat, in takrat je ta pomanjkljivost še posebej opazna. Rešitev bi bila v okrepitvi tega oddelka v smislu zaposlitve najmanj enega dodatnega zaposlenega. Včasih se zgodi tudi, da zaradi oddajanja ponudb v zadnjem trenutku, celo zamudijo rok za oddajo ponudbe, in je bilo vse delo

priprave ponudbe zamen. Ponudbe, ki so pripravljene v naglici, so manj kakovostne in lahko se zgodi, da so nepopolne. Uspešnost pri pridobitvi projektov v procesu javnega naročanja je torej manjša, kot bi lahko bila. V nadaljevanju bom predstavila novosti na področju javnih naročil.

5. NOVOSTI NA PODROČJU JAVNIH NAROČIL

V besedilu Predloga zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o javnih naročilih se pretežni del sprememb nanaša na usklajevanje zakona s pravili EU in na odpravo oziroma zmanjšanje administrativnih ovir ter prekomernega obremenjevanja naročnikov in ponudnikov pri predložitvi dokazil za izpolnjevanje formalnih in vsebinskih pogojev, ki se v praksi pojavljajo kot bistvena ovira za racionalno oddajo javnega naročila (Avbreht, Zajc, 2003, str. 1). Novosti na področju javnih naročil zajemajo več področij in sicer:

- Spremembe definicije pojmov, ki se nanašajo na javna naročila

Najpomembnejša sprememba se nanaša na **pojmem naročnik**. Po novem zakonu so naročniki:

- organi Republike Slovenije in lokalne skupnosti (neposredni uporabniki proračuna);
- javni skladi, agencije, zavodi in drugi posredni uporabniki proračuna;
- javna podjetja, javni gospodarski zavodi in druge osebe javnega prava;
- pravne osebe zasebnega prava, ki jih ustanovi Republika Slovenija z namenom zagotavljanja potreb v javnem interesu;
- združenje, ki ga oblikuje eden ali več naročnikov.

Vlada mora, na predlog ministra za finance, določiti sezname naročnikov in jih nato posredovati Evropski komisiji.

Do sprememb je prišlo tudi pri **pojmu ponudnika**, ki je po novem zakonu dobavitelj blaga ali izvajalec gradnje oz. storitve, ki predloži ponudbo, in je lahko pravna ali fizična oseba ali skupina teh.

- Spremembe, ki se nanašajo na uvajanje elektronskega javnega naročanja

Z vedno hitrejšim razvojem informacijske tehnologije se kažejo spremembe tudi v sistemu javnega naročanja. Prihaja do velikih sprememb pri oddaji javnih naročil, zato ta zakon opredeljuje pojme, kot so **elektronska ponudba**, **elektronska dražba**, **enotni informacijski portal**, **dostop do informacij javnega značaja** in drugo. Tej aktualni temi bom posvetila celotno naslednje poglavje, zato bom termine, ki zadevajo elektronsko javno naročanje, opredelila v nadaljevanju.

- ***Spremembe, ki se nanašajo na pričetek postopka oddaje javnega naročila***

V starem zakonu je bilo določeno, da sme naročnik pričeti s postopkom oddaje le v primeru, da ima za javno naročilo zagotovljena sredstva. ZJN-1A pa omogoča, da naročnik v primeru omejenega postopka prvo fazo opravi celo takrat, ko nima zagotovljenih sredstev za celotno izvajanje naročila.

- ***Spremembe, ki se nanašajo na objavo javnih naročil***

Naročnik mora po določbah ZJN-1A obvezno poslati vse objave v zvezi z javnimi naročili na **informacijski portal** Urada za javna naročila, ki nato na stroške naročnika avtomatično poskrbi, da se javno naročilo objavi v Uradnem listu Republike Slovenije. Zahteve za objavo se pošiljajo le v **elektronski obliki**. Naročniku ni potrebno objavljati obvestila o oddaji naročila, kadar je naročilo oddano po omenjenem postopku in hkrati ocenjena vrednost ne presega vrednosti, od katere je potrebna objava v Uradnem glasilu EU. V primeru, da je vrednost tolikšna, da je objava potrebna mora naročnik objaviti razpis tudi v tem glasilu. Objava se opravi v slovenskem jeziku, povzetek pomembnejših elementov razpisa se objavi tudi v uradnih jezikih držav EU. Naročnik v tem primeru ne sme objaviti razpisa ali razpisne dokumentacije na enotnem informacijskem portalu prej, preden je bila odposlana zahteva za objavo v Uradnem listu EU. Tudi v tem primeru mora imeti naročnik dokaz o datumu odpošiljanja. Obvestilo, poslano v objavo v to glasilo, lahko obsega največ eno stran oziroma 650 besed. Stroške objav nosi naročnik.

V predračunu za leto 2004 je določeno, da se smatra za oddajo naročil male vrednosti naročilo, ki ne presega 20 milijonov tolarjev za gradnje; predpisano zavarovanje se zahteva od ponudnika, če javno naročilo presega 50 milijonov tolarjev za gradnje. Predhodna objava pa je potrebna v primeru, če ocenjena vrednost naročila presega 165 milijonov tolarjev (Proračun RS za leto 2004, 2004).

- ***Spremembe, ki zadevajo razpisno dokumentacijo***

Dopolnjeni zakon bo prinesel spremembe tudi na področju, ki zadeva razpisno dokumentacijo. Prejšnji zakon ZJN-1 je v 23. členu predpisoval obvezne elemente razpisne dokumentacije, ZJN-1A pa tega ne določa več, temveč **omogoča naročnikom, da sami, glede na vrsto izbranega postopka, odločijo, katere elemente bodo vključili v razpisno dokumentacijo**. Obvezni del, ki ostaja v sklopu razpisne dokumentacije tudi po ZJN-1A, so tehnične specifikacije in navedba pogojev za priznanje sposobnosti.

- ***Zahteva po izjavi o varstvu pri delu, zaposlovanju in delovnih pogojih***

Novost v tem zakonu je tudi izjava, ki jo morajo ponudniki priložiti, ko gre za oddajo naročila gradnje ali storitve, ki navaja, da ponudniki upoštevajo obveznosti, ki izhajajo iz

varstva pri delu, zaposlovanju in delovnih pogojih. Nov zakon tudi izpušča določbo, ki določa, da se z zakonom o izvrševanju proračuna določijo vrednosti, od katerih naprej mora naročnik zahtevati bančno garancijo kot nujni del ponudbene dokumentacije. Sedaj se smatra, da minister za finance predpiše vrste finančnih zavarovanj.

- ***Sprememba rokov izdaje razpisne dokumentacije in pojasnil v zvezi z njo***

Po novem zakonu se **podaljša rok, po katerem mora naročnik izročiti razpisno dokumentacijo ponudniku**, ki jo je zahteval, in sicer iz, najkasneje, dveh dni na šest dni, od dneva prejema zahtevka. Dodano pa je tudi, da lahko naročnik to dokumentacijo ponudnikom pošlje po elektronski pošti ali jo objavi na spletnih straneh.

Ravno tako **ZJN-1 določa rok, do katerega lahko potencialni ponudniki zahtevajo dodatna pojasnila glede razpisne dokumentacije**. Ta rok je najkasneje pet dni pred potekom roka za oddajo ponudb. Naročnik mora na zahtevo po dodatnih pojasnilih čim prej odgovoriti. ZJN-1A pa določa, da mora naročnik vse odgovore potencialnim ponudnikom posredovati v pisni obliki najkasneje v šestih dneh pred oddajo ponudbe. To pomeni, da pojasnila razpisne dokumentacije s potekom tega roka niso več mogoča in bodo zato kasnejše zahteve za pojasnila neupoštevane. Prav tako to pomeni, da naročniku na zahtevo za pojasnilo ni potrebno odgovoriti takoj, pač pa lahko z odgovori počaka do navedenega roka in jih na ta dan odpošlje vsem, ki so dvignili razpisno dokumentacijo.

- ***Spremembe, do katerih pride zaradi uskladitve ZJN z direktivami EU***

ZJN-1A usklajuje pravila za določanje vrednosti naročila z direktivami Sveta 93/36 EEC in 92/50 EEC. Prejšnja različica ZJN-1 še ni bila usklajena s temi direktivami, zato je bilo to potrebno spremeniti.

Slovenija se je odločila prevzeti evropsko pravo v svoj pravni red z **Evropskim sporazumom o pridružitvi** med Republiko Slovenijo na eni strani in evropskimi skupnostmi in njihovimi državami članicami na drugi strani. **Direktive** so neposredno uporaben pravni vir. Določajo, kaj mora vsebovati pravo države članice. **Osnovne elemente javnih naročil ureja** v evropskem pravu najprej **Pogodba o ustanovitvi Evropske gospodarske skupnosti**, poleg tega pa **šest osnovnih direktiv** o javnih naročilih z dvema dopolnitvama. Z uveljavitvijo Evropskega pridružitvenega sporazuma februarja 1999 imajo ponudniki na razpise javnih naročil v državah EU iz Slovenije zagotovljeno enakopravno obravnavo s ponudniki iz držav EU. Prav tako uživajo enako pravno varstvo kot ponudniki iz teh držav. V primeru kršitev pravic se lahko ponudniki obrnejo na Komisijo ES oziroma na sodišče v Luksemburgu (Predpisi o javnih naročilih v EU, 1999, str. 7).

- ***Spremembe tehničnih elementov javnega naročila***

Do razlik med ZJN-1 in ZJN-1A pride tudi pri pravilih glede tehničnih elementov javnega naročila. **Tehnične specifikacije** so obvezni del razpisne dokumentacije. ZJN-1 daje pri oblikovanju tehničnih specifikacij prednost slovenskim standardom pred evropskimi, kar ni skladno z direktivami EU. To je bilo torej potrebno spremeniti, in sicer predlog ZJN-1A izrecno določa prednostno **uporabo evropskih standardov**. Naročnik določi tehnične specifikacije s sklicevanjem na veljavne predpise. Sklicuje se lahko na evropske standarde, mednarodne standarde in nacionalne standarde. Bistvo pa je, da naročnik navede ustrezen vir. Prav tako mora navesti, če je evropski ali mednarodni standard privzet v slovensko standardizacijo.

- ***Spremembe, ki se nanašajo na dokazila o priznanju sposobnosti ponudniku***

Pri pogojih za priznanje sposobnosti oziroma pogojih za udeležbo mora naročnik v objavi in tudi v razpisni dokumentaciji obvezno določiti, katere pogoje morajo izpolnjevati ponudniki, da jim bo priznana sposobnost in bodo lahko sodelovali v postopku oddaje javnega naročila. Pride pa tu ravno tako do spremembe, in sicer ZJN-1A ne obvezuje naročnika, da zahteva pisne dokaze za izpolnjevanje pogojev. **Naročnik je zavezan, da pred oddajo naročila preveri, ali izbrani ponudnik izpolnjuje vse pogoje sposobnosti.** Tako preverjanje opravi po ocenjevanju vseh ponudb, oziroma ko je že znano, katera ponudba je najugodnejša. V kolikor se izkaže, da najugodnejši ponudnik ne izpolnjuje pogojev za priznanje sposobnosti, naročnik odda naročilo ponudniku z naslednjo najugodnejšo ponudbo, ki te pogoje izpolnjuje.

- ***Spremembe pri pogojih izločitve ponudnikov iz procesa javnega naročanja***

Prav tako ZJN-1A predvideva **omilitev obveznih izločitvenih pogojev**. Naročnik **mora ponudbo izločiti**, če ponudnik ni registriran pri pristojnem organu ali če mu je s pravnomočno odločbo prepovedano opravljati dejavnost. Prav tako se ponudnika izloči iz postopka, če obstaja utemeljen sum koruptivnega ravnanja. Glede vsebine ponudbe pa se ga lahko izloči, če se ugotovi, da je ponudnik dal zavajajoče podatke glede izpolnjevanja pogojev. Razloga za izločitev sta tako lahko, če ponudnik ne izkaže, da je ekonomsko–finančno sposoben, ali če ne izkaže, da razpolaga z zadostnimi tehničnimi in kadrovskimi zmogljivostmi. Obstajajo pa tudi primeri, ko **naročnik sam odloči**, ali bo ponudnika izločil ali ne. To se zgodi, če je bil zoper ponudnika uveden postopek prisilne poravnave, stečajni ali likvidacijski postopek. Prav tako se naročnik o izločitvi sam odloči v primeru, da ponudnik ni poravnal davkov in prispevkov ter če je bil kaznovan za dejanje v zvezi s poslovanjem. Zadnji primer je tudi, če je bila ponudniku dokazana kakšna huda strokovna napaka na relevantnem področju. ZJN-1A tudi določa listine, ki predstavljajo dokaz o izpolnjevanju pogojev ponudnika. Naročnik mora že v objavi naročila navesti, katera dokazila bo štel za ustrezna.

- ***Spremembe rokov predložitve ponudb***

Po novem se **roki za predložitev ponudb** (po Predlogu ZJN-1A) štejejo od dneva, ko je bila zahteva za objavo javnega naročila poslana na informacijski portal Urada za javna naročila. Zahteva za objavo se pošilja le v **elektronski obliki**. Razpis mora biti, tako kot doslej, objavljen v Uradnem listu najkasneje v dvanajstih dneh od pošiljanja zahteve na Urad za javna naročila. Naročnik mora razpolagati z dokazom o datumu, ko je odposlal obvestilo v objavo. Roki oddaje ponudb se smejo, ko gre za vrednosti, ki ne presegajo tiste, za katere je potrebna objava v uradnem glasilu Evropskih skupnosti, **skrajšati največ za polovico**. Ko gre za pojasnila in dopolnitve ponudnikov, se zakon spremeni tako, da sme naročnik zahtevati pojasnila in dopolnitve dokumentacije od ponudnikov. Za pojasnilo pa mora dati ponudniku rok, ki ne sme biti daljši od osmih dni.

- ***Spremembe, ki se nanašajo na objavo izida javnega naročila***

Po novem ZJN-1A je potrebno, poleg ostalih objav, objaviti tudi izid postopka za oddajo javnega naročila na **enotnem informacijskem portalu Urada za javna naročila**. V primeru, da je bila objava javnega naročila tudi v **Uradnem glasilu EU**, mora naročnik objaviti izid postopka tudi v tem glasilu. To mora naročnik napraviti najkasneje v osemindesetih dneh po sklenitvi pogodbe. Pri objavi obvestila mora naročnik paziti, da ne krši ponudnikovih poslovnih ali drugih tajnosti.

- ***Spremembe pri odpiranju ponudb***

Glede odpiranja ponudb je po novem zakonu prišlo do sprememb, in sicer Predlog ZJN-1A določa **obvezno vsebino zapisnika o odpiranju javnih ponudb**. Ta zapisnik mora zajemati zaporedno številko ponudbe, ime ali šifro ponudnika, če je razpis anonimen, variantne ponudbe, če so dopustne, ali ponudbe z opcijami, ponudbeno ceno in morebitne popuste, pomanjkljivosti ponudb, ki jih naročnik ugotovi pri odpiranju, in pripombe pooblaščenih predstavnikov ponudnikov.

- ***Spremembe, ki se nanašajo na uspeh javnega naročila***

Pomembna novost pa je tudi uspeh javnega naročila, in sicer je bilo po ZJN-1 za naročnika nujno, da je prejel najmanj dve samostojni in pravilni ponudbi, da je lahko izbral ponudbo. Po ZJN-1A pa lahko **naročnik odda javno naročilo tudi, če potem, ko izloči vse ponudbe, ki niso pravilne, sprejemljive ali primerne, dobi samo eno ponudbo**. V primeru, da posamezni ponudnik ni bil izbran, lahko zahteva od naročnika dodatno obrazložitev odločitve o dodelitvi naročila. Naročnik mora ponudniku poslati odgovor najkasneje v petnajstih dneh od prejema zahteve. Od dne, ko ponudnik prejme odgovor, pa začne teči rok za vložitev zahtevka za revizijo. V primeru tajnosti podatkov lahko naročnik

zavrne zahtevo po dodatni obrazložitvi izbire, ne sme pa tega zavrniti reviziji. Reviziji mora naročnik izročiti vse potrebne podatke o postopku oddaje naročila. Zakon tudi določa, kaj mora vsebovati **končno poročilo naročnika o postopku oddaje**. To pisno poročilo vsebuje ime in naslov naročnika ter predmet in ocenjeno vrednost naročila. Prav tako se navede imena zavrnenih ponudnikov in razloge za zavrnitev ter ime izbranega ponudnika in razloge za izbiro njegove ponudbe. Navede se prav tako vsak del izvedbe naročila, ki ga bo izvedel podizvajalec, če je znan. Navsezadnje se navede še okoliščine, ki so utemeljevale izvedbo postopka s pogajanji v primeru, da je do njega prišlo. Sedaj, ko bo tudi Slovenija članica EU in vse zakone prilagajamo njihovim zahtevam, bodo tudi naročniki morali posredovati poročila, ali delno ali v celoti, če bo Evropska komisija to zahtevala.

Po mojem mnenju so spremembe zakonodaje nujne, saj praksa šele skozi čas pokaže, do katerih problemov prihaja in katera področja so v ZJN preozko obravnavana. Spremembe zakonodaje na področju javnega naročanja so v Sloveniji nujne tudi zaradi tega, ker je bil ZJN sprejet v naglici, zato so bila nekatera področja obravnave izpuščena. Prav tako je razlog za spremembe v vključevanju Slovenije v EU in prilagoditev naše zakonodaje direktivam EU. Menim, da bo praksa še v naprej kazala, katera področja bo potrebno spremeniti in dopolniti, in novosti so zato nujne tudi pri zakonodaji na področju javnega naročanja.

6. SLABOSTI, S KATERIMI SE PODJETJE SOOČA PRI SODELOVANJU NA JAVNIH RAZPISIH

Podjetje Gradis Inženiring d.d. oziroma oddelek marketing se pri sodelovanju na javnih razpisih sooča z nekaterimi slabosti. Prva slabost, ki se v podjetju pojavlja, je velik strošek, ki zadeva oddajo ponudb pri procesu javnega naročanja. Druga slabost se nanaša na preobremenjenost direktorja tega področja. Nenazadnje pa je pomanjkljivost tudi relativna majhnost podjetja v primerjavi s konkurenčnimi podjetji. To se kaže v pomanjkanju finančnih sredstev, pomanjkanju kadra in omejenih zmogljivostih. V nadaljevanju bom podrobneje predstavila našete slabosti in morebitne rešitve.

6.1. Zmanjševanje stroškov sodelovanja na javnih razpisih s pomočjo elektronskega javnega naročanja

Za podjetje predstavlja oddaja ponudb določen strošek. Prvi strošek, ki se pojavi že pred začetkom procesa priprave ponudbe, je **plačilo razpisne dokumentacije**. S pričetkom pridobivanja dokumentov, zahtevanih po razpisni dokumentaciji, pa se začne tudi **stroški pridobivanja dokazil in izjav**. Pri tem gre predvsem za plačila potrdil o registraciji

podjetja, o uspešnosti poslovanja (BON 1, BON 2), in dovoljenja o opravljanju dejavnosti. Nato se plača razna potrdila, in sicer o nekaznovanju vrhnjega vodstva, o poravnavanju davkov in prispevkov, potrdilo, da podjetje ni v stečaju, in tudi potrdilo, da podjetje ni v kakršnem koli sodnem postopku. Prav tako je potrebno predložiti potrdilo, da ima podjetje poravnane carinske obveznosti. Ob predložitvi odločbe, da je podjetje član Inženirske zbornice, se upošteva še ta strošek. Precejšen strošek predstavlja tudi **notarska overitev izvirnikov uradnih dokumentov**, s katerimi ponudnik dokazuje svojo usposobljenost.

Poleg vseh potrdil in dokazil moramo v strošek priprave ponudbe šteti tudi **pisarniški material** (fascikli, papir, idr.) ter **strošek komuniciranja s sodelavci** (zunanji in notranji), kamor spada strošek telefona, interneta, poslovnih sestankov in drugo. Velik strošek zajema pri pripravi ponudbe tudi **strošek dela in dnevnic za zaposlene**, ki so vključeni v ta proces. Pomemben oz. kar precejšen strošek pa predstavlja tudi **strošek bančnih garancij**, ki so nujni sestavni del ponudbene dokumentacije. Ta strošek je odvisen od vrednosti razpisanih del.

Stroški izvedbe javnih naročil v državah EU po ocenah predstavljajo med pet in deset odstotkov vrednosti samih naročil (Maček, 1999, str. 2). Ti stroški se bi s pomočjo elektronskega javnega naročanja občutno zmanjšali.

Elektronski način prevzema razpisne dokumentacije, ki ga omogoča Center vlade za informatiko Republike Slovenije, ponudnikom prihrani čas za osebni dvig in tudi stroški nakupa razpisne dokumentacije so manjši kot v primeru že pripravljene razpisne dokumentacije naročnika. Prav tako lahko ponudnik vnaprej pregleda razpisno dokumentacijo in se nato odloči za oddajo ponudbe. Prednost pa predstavlja tudi komuniciranje in postavljanje vprašanj v zvezi z razpisno dokumentacijo, ki je preko elektronske pošte cenejše, hitrejša in tudi enostavnejša (Pahor, 2000, str. 32).

V Državnem zboru so 17.6.2003 že drugič obravnavali dopolnitve in spremembe Zakona o javnih naročilih (ZJN-1A), ki predvideva bistvene novosti na področju elektronskega javnega naročanja (Sladič, 2003, str. 5).

Predlog novele zakona prinaša **odpravo administrativnih ovir**, in s tem **racionalizacijo izvajanja postopkov oddaje javnih naročil in vpeljavo sistema elektronskega poslovanja** na tem področju. S to novelo se bo na tem področju zakon tudi uskladi s pravnim redom EU. V EU znašajo vrednosti, nad katerimi je potrebno objaviti javni razpis, pet milijonov evrov za gradbena dela in 200.000 evrov za blago in storitve. Javni razpisi se objavljajo v Uradnem listu EU. Naročniki bodo objavljali javna naročila na informacijskem portalu, ki bo ustanovljen v letu dni po uveljavitvi te novele zakona. Na tem portalu se bodo ponudniki tudi seznanjali z izidom postopka. Ta novela bo omogočala sodelovanje na razpisih tudi manjšim ponudnikom. Roki za predlaganje ponudb se bodo skrajšali in razpis bo uspel tudi, če prispe le ena sama ponudba (STA, 2003, str. 9).

Dematerializacija postopkov javnega naročanja se je začela s tem, ko so naročniki pri javnih naročilih oddajali gradbene ali kakšne druge načrte priložene, na disketah. Kasneje je prišlo do obvezne objave razpisnih tipov javnih razpisov na enotnem informacijskem portalu Urada za javna naročila. Tja naročniki neposredno pošiljajo objave razpisov in drugo razpisno dokumentacijo v skladu z zakonom. Najkasneje v dvanajstih dneh po objavi na informacijskem portalu, mora biti razpis objavljen še v Uradnem listu. Tretja stopnja dematerializacije se smatra oddaja elektronske ponudbe, ki je opredeljena kot vsaka ponudbena dokumentacija ali njen del, kot je opredeljeno v razpisnih pogojih. Shranjena in posredovana je naročniku v elektronski obliki ter ustreza načelom varnega elektronskega poslovanja. Skupaj z ostalimi deli ponudbene dokumentacije tvori nedvoumno zaključeno in smiselno celoto. S tem se ogromno prihrani na času in denarju (ni razmnoževanja razpisne dokumentacije). Najvišja faza pa je elektronska dražba, to je dražba, ki jo izvaja naročnik v postopku oddaje javnega naročila in poteka v elektronski obliki. Z izvedbo dražbe se dosežejo spremembe ponudbe, ki so lahko nova nižja cena, izboljšanje ponudb in optimiziranje le-teh.

Naročniki morajo v skladu z 10. členom pred kratkim sprejetega **Zakona o dostopu do informacij javnega značaja** (Uradni list RS, št. 24/03, v nadaljevanju ZDIJZ) vse objave in razpisno dokumentacijo posredovati tudi v svetovni splet (Žvan, 2003, str. 10).

Ta zakon omogoča prost dostop, pravnim ali fizičnim osebam, do informacij javnega značaja, s katerimi razpolagajo državni organi, organi lokalnih skupnosti, javne agencije, javni skladi in druge osebe javnega prava, nosilci javnih pooblastil in izvajalci javnih služb. Zakon o dostopu do informacij javnega značaja opredeljuje **informacijo javnega značaja** kot »informacijo, ki izvira iz delovnega področja organa, nahaja pa se v obliki dokumenta, zadeve, dosjeja, registra, evidence ali dokumentarnega gradiva, ki ga je organ izdelal sam, v sodelovanju z drugim organom, ali pridobil od drugih oseb« (Uradni list RS, 24/03, str. 2786).

Vsak organ je torej dolžan **posredovati v svetovni splet naslednje informacije javnega značaja brezplačno** (Avbreht, Zajc, 2003, str. 3):

- prečiščena besedila predpisov, ki se nanašajo na delovno področje organa, povezana z državnim registrom predpisov na spletu;
- programe, strategije, stališča, mnenja, študije in druge podobne dokumente, ki se nanašajo na delovno področje organa;
- predloge predpisov, programov, strategij in drugih podobnih dokumentov;
- vse objave in razpisno dokumentacijo v skladu s predpisi, ki urejajo javna naročila;
- podatke o upravnih storitvah;
- druge informacije javnega značaja.

Minister za finance mora v sodelovanju z ministrom za informacijsko družbo pripraviti natančnejša navodila o oddaji ponudb v elektronski obliki in predpisati enotne obrazce za

objavo na enotnem informacijskem portalu. S predložitvijo ponudbe v elektronski obliki bo prišlo do občutnega zmanjšanja stroškov. Taka ponudba mora biti varno elektronsko podpisana in podpis overjen s kvalificiranim potrdilom. Elektronski ponudbi mora biti dodan časovni zaznamek. Naročnikov informacijski sistem mora zagotoviti tehnološko neodvisen sprejem ponudb in vpogled v ponudbe šele po izteku roka za prejem ponudb.

Najbolj znana **elektronska baza podatkov** na področju javnih naročil v EU je baza Urada za uradne publikacije EU - TED (Tenders Electronic Daily) baza. Ta baza je kumulativna oblika priloge Uradnega lista EU, ki svoje uporabnike redno obvešča o novih poslovnih možnostih, ki se odpirajo na trgu javnih naročil po vsem svetu. Dnevno se jo ažurira s približno pet sto javnimi razpisi. V Sloveniji se jo lahko naroči preko Gospodarskega vestnika, ki je v Sloveniji uradni zastopnik za uradne publikacije in informacijske baze EU (Grmek, 2000, str. 46).

S pomočjo uvedbe elektronskega poslovanja na področje javnega naročanja bo, po mojem mnenju, prišlo do približno petnajst odstotnega zmanjšanja stroškov pri procesu oddajanja ponudb v podjetju Gradis Inženiring d.d. Prvi prihranek pri stroških se bo pokazal že pri plačilu razpisne dokumentacije, ki bo zaradi posredovanja v elektronski obliki občutno cenejša. Prav tako bo velik prihranek pri oddaji ponudbe s strani podjetja Gradis Inženiring d.d., ki jo bo prav tako posredoval naročniku v elektronski obliki. S tem bo podjetje razbremenjeno stroška razmnoževanja ponudbene dokumentacije, ki je kar precejšen. Podjetje bo pridobivalo dokazila in potrdila elektronsko in s tem še dodatno znižalo stroške. V primeru elektronske oddaje ponudbe bo, po mojem mnenju, prav tako brezpredmetna overitev uradnih dokumentov s strani notarjev. V podjetju ta strošek predstavlja precejšen delež med vsemi stroški v postopku oddaje ponudb. Elektronsko javno naročanje bo tako pomembno vplivalo na prihranke pri stroških oddaje ponudb podjetja Gradis Inženiring d.d.

6.2. Pomanjkanje kadra in preobremenjenost direktorja področja marketing

V podjetju Gradis Inženiring d.d. predstavlja največjo težavo, v oddelku marketing in s tem pri procesu oddajanja ponudb, **pomanjkanje kadra**. V podjetju je, kot že rečeno, šestintrideset zaposlenih. Od tega spadajo v ta oddelek direktor tega področja ter trije zaposleni. Med **glavne zadolžitve direktorja področja marketing** spadajo:

- **kontakti z naročniki** v fazi pridobivanja del;
- **dogovarjanja za skupne nastope** s podobnimi gradbenimi podjetji oziroma konkurenti (v obliki povezav »joint venture« ali kot podizvajalci);
- **priprava oziroma koordiniranje vseh ponudb:**
 - priprava dokumentacije za sposobnost in usposobljenost (potrdilo o registraciji podjetja, izpisek iz sodnega registra, reference, opis kadrov in opreme, Bon 1 in 2 ter drugo);

- izračun lastne kalkulacije za gradbena dela – kalkulacije oziroma predračune napravi kalkulant, sodeluje in preveri ter na koncu s podpisom odgovarja za opravljeno delo ravno direktor področja marketing;
- zbiranje ponudb s strani podizvajalcev oziroma kooperantov – to je naloga samostojnega komercialista, ki pa zopet odgovarja in poroča direktorju področja marketing. Direktor mora pregledati pridobljene ponudbe in na koncu tudi odloči o tem, kateri podizvajalec bo izbran, saj se vedno ne odloča le na podlagi ugotovitev, kdo je najugodnejši, temveč na odločitve močno vplivajo pretekle izkušnje z določenimi izvajalci. Izvajalec je lahko najcenejši, a vseeno ne dobi posla, če se je v preteklosti izkazal za nezanesljivega (lahko je kvaliteta izvedenih del slaba ali pa močno zamuja z deli in se nato plačujejo penali s strani podjetja Gradis Inženiring d.d.);
- **skrb za sklenitev vseh pogodb** za pridobljena dela kot tudi pogodb za izvedbo tujih storitev (pogodbe s podizvajalci);
- **oddaja dela podizvajalcem** – tu direktor področja marketing nadzoruje delo komercialista, ki pripravlja razpise in odloča, katerim podizvajalcem se bo sploh poslalo razpise za tuje storitve. Prav tako nadzoruje prejem ponudb in jih nato tudi oceni in izbere najugodnejšega podizvajalca, ki, kot sem že omenila, ni nujno najcenejši;
- **pripravi zahtevke za dodatna in več dela**, in sicer tu deluje kot podpora vodjem projektov pri oddaji zahtevkov. Zahtevke pregleda in pošlje naročniku direktor področja marketing.

Med **ostale pomembne zadolžitve**, ki jih mora prav tako izvajati direktor tega področja, so izdelava letnega plana svojega oddelka, nadomeščanje predsednika uprave v času njegove odsotnosti, nadziranje prodajne službe in skrb za organiziranje prodaje nepremičnin. V to zadnjo nalogo sodi skrb za oglaševanje in uspeh prodajne službe.

Ostali trije zaposleni so **kalkulant**, ki skrbi za izdelavo predračunov za gradbena ter obrtniška dela, ter **samostojni komercialist**, ki skrbi za razpise tujih storitev podizvajalcem. **Drugi komercialist** v tem oddelku skrbi skoraj izključno za kompletiranje ponudbe. Lahko se zgodi, da se v enem dnevu oddaja tudi do tri ponudbe, kar je za tako majhno število zaposlenih, ki to izvajajo, velik zalogaj.

V podjetju Gradis Inženiring d.d. imajo javna naročila na področju gradenj razdeljena na tri področja, in sicer na **avtocestni program**, **visoke gradnje** in **energetiko**. Daleč najobširnejše področje je avtocestni program, ki zajema več kot polovico vseh javnih naročil, pri katerih podjetje sodeluje. Za vsa naštetá področja je zadolžen in odgovoren direktor področja marketing, ki je pri svojem delu preobremenjen s številom delovnih nalog in zadolžitvev. Posledica preobremenjenosti se kaže v tem, da direktorju zmanjkuje časa za nekatere zadolžitve, ki so prav tako nujne za uspešnost pri procesu javnega naročanja. Tu bi poudarila krepitev poslovnih odnosov z naročniki in tudi podizvajalci.

Pomembno je ohranjati dobre stike z naročniki, saj so lahko ti za podjetje izjemno pomemben vir informaciji glede prihodnjih objav javnih naročil. Ob koncu leta se obiskuje poslovne partnerje in na teh poslovnih sestankih oziroma srečanjih se mnogokrat razpravlja o načrtih podjetij v prihodnje. Ta poslovna srečanja so torej nujna z vidika seznanjanja podjetja o prihodnjih akcijah in priložnostih na področju javnih naročil. Zato za taka srečanja direktorju področja marketing ne bi smelo zmanjkati časa, to pa se v resnici velikokrat zgodi. V podjetju bi morali torej namenjati več časa ohranjanju in izboljšanju odnosov z naročniki in podizvajalci.

Ta problem bi lahko v podjetju rešili na dva načina. **Ena izmed možnosti** je, da se zaposli še enega človeka, ki bi prevzel bolj operativne naloge direktorja področja marketing. Direktor bi skrbel za vzpostavljanje in ohranjanje dobrih poslovnih stikov z naročniki, skrbel in določal bi, za katera javna naročila bi se podjetje potegovalo, in hodil na sestanke ter usklajevanja. Njegov pomočnik pa bi moral skrbeti za pravilno in popolno pripravo ponudb. Neposredno bi sodeloval s komercialisti, ki bi skrbeli za pripravo dokumentacije, in skrbel za to, da ne bi prihajalo do napak. Odgovarjal bi direktorju področja marketing, ki bi v končni fazi procesa oddaje ponudbe še parafiral in podpisal ponudbe. Izdelava letnega plana bi bila še vedno naloga direktorja, saj bi le on imel pregled nad celotnim delovanjem oddelka in bi na sestankih z naročniki prihajal do informacij o novih projektih. Vse v zvezi s prodajo bi moral direktor področja marketing prepustiti prodajni službi, ki je za to usposobljena. Prav tako se ne bi smel vmešavati v pripravo zahtevkov za dodatna in več dela, kar bi morala biti striktna zadolžitev vodij projektov, ki bi za svoje odločitve tudi odgovarjali. Nadomeščanje predsednika uprave bi lahko ostalo še vedno domena in zadolžitev direktorja področja marketing ali pa njegovega pomočnika v času sestankov z naročniki. Nujno pa bi bilo v podjetju zaposliti dodatnega kalkulanta in komercialista za pripravo razpisov za tuje storitve. Ker pa dodatni delavci pomenijo kar precejšen strošek podjetja, je naslednja možnost prerazporeditev nekaterih zaposlenih. Trenutno je v podjetju popolnoma neizkoriščen zaposleni v oddelku poslovanja s tujino, saj vemo, da v tem trenutku podjetje v tujini nima projektov. Tega zaposlenega bi se lahko prerazporedilo v oddelek marketinga kot kalkulanta ali komercialista, ki skrbi za tuje storitve.

Druga možnost za rešitev tega problema je razdelitev javnih naročila na tista, ki se nanašajo na avtocestni program, in tista, ki zadevajo projekte visoke gradnje in energetike. Avtocestni program, ki po obsegu presega ostali dve področji, bi ostal v rokah direktorja področja marketing. V preteklih letih je direktor navezal dobre poslovne stike z naročniki (večinoma DARS d.d.) in svoje delo na avtocestnem programu zelo dobro opravlja. Zaposlili pa bi dodatnega strokovnjaka, ki bi prevzel od direktorja zadolžitve na ostalih dveh področjih – visoka gradnja in energetika. Direktor področja marketing bi tako dobil pomočnika za ostali dve veji, ki sta v primerjavi z avtocestnim programom vrednostno manj pomembni.

Po mojem mnenju bi bila prva rešitev boljša, saj bi direktor še naprej navezoval in krepil odnose z naročniki na vseh treh področjih. Prednost je tudi v tem, da je direktor seznanjen z delom na vseh področjih in bi bilo lažje vpeljati novega zaposlenega na operativnem nivoju pripravljanja ponudb. Direktor pozna ljudi, pomembne pri pridobivanju projektov, in težje je vpeljati novega človeka na to področje kot pa v fazo priprave ponudb in zbiranja dokumentacije. Prav tako je potrebno več časa za seznanjanje novega zaposlenega s potekom dela na usklajevalnih sestankih, in tudi naročniki raje delajo z že znanimi obrazi. Vpeljava novih ljudi zahteva več časa in poteka postopoma. Tako bi pomočnik sčasoma spoznaval delo na razgovorih z naročniki in počasi bi se privajal ter vpeljeval v ta krog ljudi. Čez čas bi lahko direktorja ob odsotnosti že uspešno zamenjeval. Logično je torej, da se novi zaposleni najprej seznani s celotnim postopkom priprave ponudbe in nato stopi korak naprej v navezovanje stikov z naročniki in ostalimi, ki so prisotni pri procesu javnega naročanja.

6.3. Relativna majhnost podjetja nasproti konkurenčnim podjetjem

Največja konkurenta za podjetje Gradis Inženiring d.d. sta podjetji SCT d.d. in Primorje Ajdovščina d.d. Podjetje Gradis Inženiring d.d. je v primerjavi s temi podjetji glede razpoložljivih finančnih sredstvih, razpoložljivih kadrov ter zmogljivosti v podrejenem položaju, ki se kaže tudi v procesu javnega naročanja. To pomanjkljivost skuša podjetje reševati tako, da v večini primerov sodeluje v **postopkih javnega naročanja pod okvirom združenja GIZ Gradis**. V teh primerih podjetje pridobiva projekte za različne članice, ki nato skrbijo za izpeljavo pridobljenih projektov. Članice torej delujejo združene kot eno podjetje, ki je v tem primeru finančno zmogljivejše in na voljo ima tudi večje zmogljivosti, tako opreme in mehanizacije kot tudi kadrov. Pri pridobivanju projektov Gradis Inženiring d.d. največkrat sodeluje z dvema članicama, in sicer Gradis Gradbeno podjetje Ljubljana d.d. in Gradis Gradbeno podjetje Celje d.d.

Največja prednost konkurenčnih podjetij se kaže v **večjem obsegu zaposlenih**, ki skrbijo za pridobivanje projektov preko javnih naročil. Ti konkurenti imajo projekte razdeljene po posameznih področjih in vsako področje je odgovornost posameznega direktorja. Ta področja so avtocestni program, energetika in program visoke gradnje. Na ta način je obremenjenost posameznih zaposlenih precej manjša kot v podjetju Gradis Inženiring d.d., kjer za vsa tri področja odgovarja direktor področja marketing. Prav tako imajo konkurenčna podjetja več zaposlenih, ki skrbijo za operativne naloge pri pripravi ponudb. Večje je število zaposlenih, ki pripravljajo kalkulacije oziroma predračune, več zaposlenih skrbi za pravočasno pripravljene razpise za obrtniška dela in več zaposlenih skrbi za pridobitev ostalih potrebnih dokumentov.

Konkurenčni podjetji kot sta SCT d.d. in Primorje Ajdovščina d.d., imata na voljo precej **večja finančna sredstva** in zato lažje pri oddaji ponudb ponudita popust na podlagi

katerega postaneta ugodnejša ponudnika in tako pridobita projekt. Prav tako imata ti konkurenčni podjetji **večje zmogljivosti** pri opremljanju in mehanizaciji, kar vpliva na priznavanje sposobnosti s strani naročnika. Podjetje SCT d.d. pridobi letno med razpisanimi javnimi naročili približno štirideset odstotkov vseh projektov preko javnih naročil in ta odstotek podjetju še narašča, medtem ko podjetje Gradis Inženiring d.d. pridobi deset odstotkov javnih naročil, pri katerih sodeluje, in ta odstotek podjetju na žalost še pada. Vidimo torej, da se razmere za podjetje Gradis Inženiring d.d. poslabšujejo in zato bo podjetje v prihodnje moralo razmisliti o izboljšavah.

Podjetje ima na izbiro, ali **povezavo s katero izmed dveh članic**, s katerima sedaj sodeluje pod okriljem združenja GIZ Gradis, ali pa **prevzem katere izmed njiju**. To bi bila dobra rešitev, saj bi podjetje tako pridobilo zaposlene, ki imajo pri javnih naročilih že sedaj izkušnje, prav tako bi povečalo zmogljivosti pri opremljanju in mehanizaciji ter pridobilo dodatna finančna sredstva. V praksi dogovor o povezavi ni mogoč, saj med članicami na žalost poteka rivalstvo in tekmovanje, ki ne kaže na dobre poslovne odnose. Zato menim, da je edina rešitev prevzem ene izmed članic, ki bi skrbela za izvajanje projektov, ki bi jih podjetje Gradis Inženiring d.d. pridobivalo tudi v prihodnje.

Trenutno so razmere med članicami združenja GIZ Gradis precej zaostrene, saj tekmovanje za pridobivanje projektov preko javnih naročil ni v luči dobrih poslovnih odnosov. Vsaka posamezna članica želi od združenja pridobiti čim več projektov v izvedbo in s tem pobrati čim večji kos pogače. Dogovori o delitvi projektov in s tem tudi finančnih sredstev so postali izredno zapleteni, zahteve ter cilji posameznih članic se prav tako vedno bolj razhajajo. Zato bi bil prevzem določene članice s strani podjetja Gradis Inženiring d.d. edina realna možnost, saj dogovori, kot sem že zapisala, niso možni. Gradis Inženiring d.d. bi tako tudi v bodoče izvajal in pripravljaj vse potrebno za oddaje ponudb na javnih naročilih. Pridobljene projekte bi nato s svojim povečanimi zmogljivostmi in večjim številom zaposlenih ter višjimi finančnimi sredstvi tudi uspešno realiziral. S tem prevzemom pa bi podjetje izgubilo enega konkurenta znotraj združenja GIZ Gradis in bi prav tako pridobilo večji odstotek realizacije združenja. Sedaj dobi Gradis Inženiring d.d. tri odstotke vrednosti od pridobljenih projektov pri procesu javnega naročanja, s prevzemom katere izmed članic pa bi se odstotek zvišal, saj bi se sredstva delila na manj članic. V prihodnje bo potrebo o tej možnosti razmisliti, saj se razmere iz leta v leto bolj zaostrejo, kar nekaj članic je že prenehalo s poslovanjem, kar negativno vpliva na ostale članice znotraj združenja. S prevzemom bi se podjetje okrepilo in lažje preživelo v tem konkurenčnem boju z močnejšimi konkurenti.

7. SKLEP

Slovenija je dobila prvi Zakon o javnih naročilih leta 1997. Vendar ta zakon ni bil v skladu z direktivami EU. To je bil glavni razlog, da so bile zaradi priprav Slovenije na članstvo v EU nujne spremembe in dopolnitve zakona. Tako je leta 2000 Slovenija dobila dopolnjen zakon o javnih naročilih. Žal pa tudi ta zakon ni v celoti prilagojen zahtevam EU, poleg tega pa prihaja zaradi vse večje razvitosti informacijske tehnologije do nujnih sprememb tudi na področju elektronskega javnega naročanja. To je glavni razlog, da je bil 09.05.2003 v prvem branju dopolnjen in spremenjen Zakon o javnih naročilih.

Dobro poznavanje in delovanje v skladu s tem zakonom je nujno tako s strani naročnikov javnih naročil kot tudi s strani ponudnikov. Zakon zajema vse opredelitve pojmov, vsebine razpisne in ponudbene dokumentacije ter zapisnikov, ravnanje v primeru pritožb ponudnikov in drugo. V podjetju Gradis Inženiring d.d. predstavljajo javna naročila glavni vir prihodkov. Število javnih naročil se je skozi leta večalo in znaša danes kar 320 tisoč razpisanih javnih naročil na leto. V podjetju se prijavljajo na javna naročila, ki so objavljena v Uradnem listu RS. Rast in razvoj podjetja sta odvisna od uspešnosti pri pridobivanju poslov preko javnih naročil. Zato ima podjetje specializiran marketing oddelek, katerega prednostna naloga je priprava ponudb za javna naročila.

Proces oddajanja ponudb je zapleten in zahteva sodelovanje več zaposlenih. Podjetje, ki se je odločilo sodelovati na javnem razpisu, plača in dvigne razpisno dokumentacijo in jo razdeli med zadolžene zaposlene. Ti priskrbijo vse dokumente, zahtevane v razpisni dokumentaciji. Nato se ponudbo kompletira in da v pregled direktorju področja marketing, ki ponudbo parafira in podpiše. Za svoje odločitve odgovarja neposredno predsedniku uprave. Ponudbo se nato še razmnoži in pravilno zavije ter označi. Sledi le še pravočasna dostava naročniku.

Zaradi prihrankov pri času in stroških se tudi na področju javnega naročanja vse bolj uporablja elektronsko poslovanje. S tem bi tako naročniki kot ponudniki zmanjšali stroške razpisne dokumentacije, potrebnih dokazil in potrdil, skrajšal bi se tudi čas priprave ponudbe. Naročniki bodo v prihodnje zahtevo za objavo javnega naročila pošiljali le še elektronsko preko informacijskega portala Urada za javna naročila. Prihodnost je torej tudi na področju javnih naročil v minimiziranju stroškov in časa pri oddaji javnih naročil s pomočjo elektronskega javnega naročanja.

Kot sem že omenila, podjetju predstavljajo javna naročila glavni vir prihodkov, zato je dobra organiziranost oddelka marketing v podjetju zelo pomembna. Naloge morajo biti znotraj oddelka enakomerno porazdeljene, saj preobremenjenost zaposlenih povzroči, da prihaja do napak. Napake se lahko kažejo v nepopolnosti ponudb, nezadostnih stikih z naročniki, zamudi pri izdelavi ponudb in drugem. V podjetju imajo težave zaradi

pomanjkanja kadrov in s tem povezano preobremenjenostjo direktorja področja marketing. Rešitev, ki bi se je lahko poslužili, je dodatna zaposlitev osebe kot pomočnika direktorja tega področja in bi opravljala operativne naloge pri pripravi ponudb. Direktor področja marketing bi ohranil svojo funkcijo, zožale bi se le njegove zadolžitve. Ta razbremenitev bi se pokazala za dobro rešitev, saj bi direktor lahko več svojega časa namenil ohranjanju dobrih poslovnih stikov z naročniki in s tem dosegel večjo prepoznavnost podjetja v njihovih očeh in boljše pogoje pri pridobivanju projektov preko javnih naročil.

Podjetje je v primerjavi s konkurenco v podrejenem položaju, saj je glede na finančna sredstva, zmogljivosti opreme in mehanizacije ter zaposlenih precej manjše. To slabost bi lahko v podjetju odpravili s prevzemom določene članice. S tem bi podjetje pridobilo dodatna finančna sredstva, opremo in mehanizacijo ter kadre, s čimer bi v prihodnje lažje konkuriralo ostalim podjetjem, ki se udeležujejo procesov javnega naročanja.

Menim, da se podjetje trenutno sooča s kar nekaj težavami zaradi slabe organiziranosti oddelka marketing. Te slabosti bo moralo podjetje v prihodnje odpraviti, saj je prihodnost podjetja odvisna v največji meri od uspeha pri postopkih javnega naročanja. Mislim, da so lahko gornje možne rešitve prvi korak k odpravi slabosti in korak k izboljšanju postopkov oddaje ponudb v podjetju. Z odpravo naštetih slabosti bodo v podjetju pripomogli k oddaji bolj kakovostnih in temeljitih ponudb in bodo enakovredni tekmeci svojim konkurentom. Podjetje mora torej delovati v smeri izboljšav postopkov oddaje ponudb in v tem primeru se jim ni treba bati za prihodnost.

8. LITERATURA

1. Grmek Uroš: Prodaja na podlagi javnih naročil v podjetju Elektronabava d.d. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000. 52 str., 3 pril.
2. Jurak Ana: Ekonomski pomen in pravna ureditev javnih naročil. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 40 str., 5 pril.
3. Končar Anton: Problematika sistema javnih naročil v Sloveniji ob približevanju EU. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2002. 105 str.
4. Maček Barbara: Javna naročila. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 28 str.
5. Marolt Branka: Merila za izbiro najugodnejše ponudbe v postopku oddaje javnega naročila. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2001. 32 str.
6. Mužina Aleksij, Vesel Tomaž: Javni natečaji, javni razpisi in javna naročila. Pravna praksa, Ljubljana, 13.2.2003, str. 8-11.
7. Mužina Aleksij: Odločitve Državne revizijske komisije. Pravna praksa, Ljubljana, 29.5.2003, str. 12-13.
8. Mužina Aleksij: Pravno varstvo v postopkih oddaje javnih naročil. Ljubljana: ODIN d.o.o., 2002. 574 str.
9. Pahor Alenka: Javna naročila – analiza problemov ponudnikov pri oddaji ponudb. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000. 35 str.
10. Samotorčan Mojca: Trg javnih naročil v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000. 32 str.
11. Sladič Jorg: Elektronsko javno naročanje. Pravna praksa, Ljubljana, 2.10.2003, str. 5-7.
12. Šoltes Igor: Ravnanje naročnika z eno (pravilno) ponudbo. Pravna praksa, Ljubljana, 14.2.2002, str. 5-6.
13. Štular Tadeja: Javna naročila po Zakonu o javnih naročilih. Ljubljana: Izobraževalno središče Miklošič, 1997. 8 str.

14. Zabel Bojan: Pravo javnih naročil, Zakon o javnih naročilih (ZJN) s komentarjem. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1997. 234 str.
15. Žvan Andraž: Varovanje poslovnih skrivnosti – omejitev načela javnosti v postopkih oddaje javnih naročil. Pravna praksa, Ljubljana, 31.7.2003, str. 10-13.

9. VIRI

1. Avbreht Aleš, Zajc Borut: Gradivo za seminar »Kako zmagati na javnih naročilih«. Ljubljana: ISI d.o.o., 2003. 29 str.
2. De Jong Nemanič Alenka, Mordej Alenka: Predpisi o graditvi objektov in javnih naročilih s pojasnili. Ljubljana: Časopisni zavod Uradni list Republike Slovenije, 1997. 506 str., 11 pril.
3. Kranjc Vesna: Zakon o javnih naročilih (ZJN-1) s komentarjem. Ljubljana: GV Založba, 2001. 303 str., 4 pril.
4. Kranjc Vesna: Zakon o reviziji postopkov javnega naročanja (ZRPJN-A) s komentarjem sprememb in dopolnitev. Ljubljana: GV Založba, 2003. 87 str.
5. Interno gradivo podjetja – brošura predstavitve vseh članic GIZ Gradis, 2003.
6. Lastniška struktura. [URL: http://www.gradis-ing.si/02_struktura.htm], Gradis Inženiring d.d., 11.12.2003.
7. Kadri [URL: http://www.gradis-ing.si/02_kadri.htm], Gradis Inženiring d.d., 11.12.2003.
8. Phare ace research project: Statistical performance indicators for keeping watch over the public procurement, Final report, Contract no. P95-2007-R, Aristotelion University of Thessaloniki, Commission of the EU, B.I.
9. Poslovnik kakovosti družbe. Ljubljana, 2003, 6. poglavje, 21 str.
10. Proračun RS za leto 2004, [URL: http://www2.gov.si/zak./Pre_Zak.nsf], e-gov, e-uprava, 28.12.2003.
11. Evropski mejni zneski za javna naročila. Večer, vseslovenska izdaja, 20.11.2003, str. 9.
12. Zakon o dostopu informacij javnega značaja (ZDIJZ) (Uradni list RS, št. 24/03).

10. PRILOGE

Priloga št. 1: Nalog za izdelavo ponudbe, obrazec MA 0601

GRADIS INŽENIRING d.d.

ORGANIZACIJSKA ENOTA: _____

PROCES: _____

ANALIZA PONUDBE

št. Predloga: _____

Št. PONUDBE:

1 USD=

SIT

Z dne:

1 EURO=

SIT

Investitor, Naročnik, Nosilec		
NAZIV OBJEKTA		
Vrsta gradnje		
Datum oddaje ponudbe		
Rok izvedbe - od kdaj do kdaj		
Ostali ponudbeni pogoji		
Način obračunavanja:		
- fiksne cene do konca gradnje		
- obračun po količinah		
- "ključ v roke"		
Avans		
Ostala plačila		
Ponudbena cena	SIT	Cena na enoto
	USD	
	DEM	
Struktura del:		
- gradbena	%	
- obrtniška	%	
- instalacijska	%	
- zunanja ureditev	%	
- oprema	%	
Dolžina	m	
Širina	m	
Površina	m ²	
Volumen	m ³	
Glavne količine		
- izkop	m ³	
- nasip	m ³	
- beton	m ³	
- opaž	m ²	
- armatura	kg	
- opaž na m ³ betona	m ² /m ³	
- armatura na m ³ betona	kg/m ³	
- kabli (tip)	kg	

Priloga št. 2: Pregled ponudbe, obrazec MA 0602

PREGLED PONUDBE			
Naročnik: Navedba vsebine: Oznaka ponudbe: Orientacijska vrednost: Datum predaje ponudbe:			
Potrditev Skladnost ponudbe iz:	Odgovoren	Datum pregleda	Podpis
- pravnega vidika	vodja pravne službe		
- komercialno formalnega vidika	direktor področja marketing		
- finančnega vidika	direktor FRS		
- tehnično tehnološkega vidika	vodja projekta		
	direktor področja izvajanja projektov		
Potrditev/podpis ponudbe	Predsednik uprave		
OPOMBE:			

Priloga št. 3: Analiza neuspešne ponudbe, obrazec MA 0603

**GRADIS
INŽENIRING
d.d.**

ORGANIZACIJSKA ENOTA: _____

ANALIZA NEUSPEŠNE PONUDBE

Št. PONUDBE:

Z dne:

Investitor, Naročnik, Nosilec					
NAZIV OBJEKTA					
Vrsta gradnje					
Datum oddaje ponudbe					
Način obračunavanja:					
- fiksne cene do konca gradnje					
- obračun po količinah					
- "ključ v roke"					
Ponudbena cena		SIT		%	Ponudnik:
Št. oddanih ponudb:		kom			
Najugodnejša ponudba		SIT			Ponudnik:
Sprejeta ponudba		SIT			Ponudnik:
Popolna/nepopolna ponudba					
Manjkajoči dokumenti:					
Ostali vzroki za zavrnitev ponudbe:					

Priloga št. 4: Pregled pogodbe, obrazec MA 0604

	PREGLED POGODBE			
Naročnik: Izvajalec: Navedba vsebine: Oznaka pogodbe: Datum:				
Potrditev		Odgovoren	Datum pregleda	Podpis
Skladnost pogodbe iz:				
- pravnega vidika		vodja pravne službe		
- komercialno formalnega vidika		direktor področja marketing		
- finančnega vidika		direktor FRS		
- tehnično tehnološkega vidika		vodja projekta		
		direktor področja izvajanja projektov		
Potrditev/podpis pogodbe		predsednik uprave		
OPOMBE:				

Priloga št. 5: Analiza ponudb in odprava odstopanj, obrazec MA 0605

GRADIS INŽENIRING d.d.

ORGANIZACIJSKA ENOTA: _____

PROCES: _____

ANALIZA PONUDB

št. predloga: _____

OPIS NESKLADNOSTI			
št.	Kaj	Kje	Kdaj
1			
2			
3			
4			
5			

Možni vzrok(i) neskladnosti:

Zapisal: _____ Datum: _____ Podpis: _____

KOREKTIVNI UKREP / PREVENTIVNI UKREP / MOŽNOSTI IZBOLJŠAVE / POTREBNI VIRI

Odgovoren: _____ Datum: _____ Odobri: _____

REZULTATI / UGOTOVLJENE IZBOLJŠAVE

Odgovoren: _____ Datum: _____ Odobri: _____

DOKUMENTIRANJE ANALIZE REKLAMACIJ(E)
(poročila, zapisniki, priloge...)