



МОНИТОРИНГ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК  
УСЛУГ И ТОВАРОВ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ВИЧ-ИНФЕКЦИИ  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2019 ГОДУ



АССОЦИАЦИЯ «Е.В.А.»

МОНИТОРИНГ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК  
УСЛУГ И ТОВАРОВ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ВИЧ-ИНФЕКЦИИ  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2019 ГОДУ

Санкт-Петербург, 2020



Оглавление .....	3
Авторский коллектив и благодарности .....	4
Дисклеймер .....	5
Сокращения.....	6
Резюме.....	7
Введение.....	10
Методология.....	15
Закупка Минздрава России .....	18
Общие данные по регионам.....	21
Ключевые группы и основные профилактические мероприятия .....	27
Региональный аспект закупок.....	32
Участие НКО в аукционах .....	34
Выводы.....	36
Рекомендации.....	38
Приложение 1. Составляющие переменной «объект закупки».....	39



**Отчет подготовлен «Ассоциацией «Е.В.А.» в рамках проекта «Санкт Петербург и Бишкек: ключевые группы и приоритеты профилактики ВИЧ и ТБ».**

**Авторский коллектив:**

Юлия Годунова,  
Евгения Плетнева,  
Константин Мишеничев

**Рекомендуемый формат для цитирования:**

Ассоциация «Е.В.А.». Мониторинг государственных закупок услуг и товаров по профилактике ВИЧ-инфекции, 2019. Санкт-Петербург, ноябрь 2020.

**Текущая редакция документа: 26.11.2020.**

**Комментарии по данному отчету принимаются на: [office@evanetwork.ru](mailto:office@evanetwork.ru)**



Основная цель этого документа – оказать содействие усилиям, предпринимаемым Российской Федерацией в борьбе против эпидемии ВИЧ-инфекции. Ассоциация «Е.В.А.» не несёт ответственности за использование и трактовку данных, выводов и рекомендаций, представленных в настоящем отчёте, третьими сторонами.

Выводы и рекомендации, содержащиеся в данном отчёте, отражают точку зрения авторов, которая может не совпадать с мнениями других заинтересованных лиц. Информация, содержащаяся в настоящем отчёте, получена из открытых источников.

Документ может подвергаться обновлениям. Ассоциация «Е.В.А.» оставляет за собой право не объявлять публично обо всех изменениях, вносимых в отчёт. Актуальная версия документа опубликована на сайте <https://evanetwork.ru/ru/>.

- ВИЧ** ➤ Вирус иммунодефицита человека
- СПИД** ➤ Синдром приобретенного иммунодефицита человека
- 44-ФЗ** ➤ Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 N 44-ФЗ
- ВОЗ** ➤ Всемирная Организация Здравоохранения
- РФ** ➤ Российская Федерация
- Минздрав России** ➤ Министерство здравоохранения Российской Федерации
- ЛЖВ** ➤ Люди, живущие с ВИЧ
- МСМ** ➤ Мужчины, практикующие секс с мужчинами
- ЛУН** ➤ Люди, употребляющие наркотики (в аналитическом отчёте группа потребителей инъекционных наркотиков приравнена к ЛУН)
- СР** ➤ Секс-работник (-ца)
- ЖЖВ** ➤ Женщины, живущие с ВИЧ
- МЛС** ➤ Люди, пребывающие в местах лишения свободы
- ВГС** ➤ Вирус гепатита С
- ВГВ** ➤ Вирус гепатита В
- ПКП** ➤ Постконтактная профилактика
- ДТК** ➤ Дотестовое консультирование
- ПТК** ➤ Послетестовое консультирование
- СО НКО** ➤ Социально ориентированная некоммерческая организация
- ЕИС** ➤ Единая информационная система в сфере закупок
- СМП** ➤ Субъект малого предпринимательства
- НМЦК** ➤ Начальная минимальная цена контракта
- АО** ➤ Акционерное общество



Ассоциацией «Е.В.А.» проведён мониторинг государственных закупок товаров и услуг по профилактике ВИЧ-инфекции в наиболее поражённых ВИЧ-инфекцией субъектах Российской Федерации в 2019 г. Основная цель мониторинга – оценка доступа СО НКО к государственному финансированию в наиболее поражённых ВИЧ-инфекцией регионах в рамках участия в государственных закупках. Актуальность мониторинга обусловлена тем, что распространение ВИЧ-инфекции среди ключевых групп (ЛУН, МСМ, СР, МЛС) по-прежнему высок<sup>1</sup>.

В выборку 2019 г. вошли 23 наиболее поражённые ВИЧ-инфекцией субъекта РФ<sup>2</sup>, а также г. Москва и закупка Минздрава России.

### **Общие выводы по результатам мониторинга:**

**1.** В публичных источниках не найдены данные об общей сумме бюджета на профилактические мероприятия в отношении ВИЧ-инфекции в РФ, в т.ч. в поражённых регионах. Также отсутствуют данные по распределению бюджета на профилактические мероприятия для каждого региона РФ в зависимости от уровня бюджета. При этом общая сумма найденных в ЕИС контрактов по наиболее поражённым ВИЧ-инфекцией субъектам России составила – 192 984 614,63 рублей;

**2.** Конкурсная документация в ЕИС не содержит отчетов о реализованных контрактах, поэтому не представляется возможным провести анализ эффективности профилактических мероприятий;

**3.** Большая часть аукционов объявляется во втором полугодии. Это может свидетельствовать как о долгом периоде согласования технических заданий внутри субъекта, так и об отсрочке перечисления средств из федерального бюджета в бюджет субъекта или подписания соглашения с субъектами РФ. При этом очевидно, что для организаций-поставщиков значительно удобнее раннее объявление аукционов, чтобы было достаточно времени для качественной реализации обязательств по контракту.

### **На закупку каких товаров и услуг расходуется бюджетное финансирование:**

**1.** Основные средства, направленные на профилактику ВИЧ-инфекции

<sup>1</sup> <http://www.hivrussia.info/wp-content/uploads/2020/01/Byulleten-44-VICH-infektsiya-2019-g..pdf>

<sup>2</sup> <http://www.hivrussia.info/wp-content/uploads/2020/01/Byulleten-44-VICH-infektsiya-2019-g..pdf>

в регионах РФ, расходуются на информирование общего населения о ВИЧ-инфекции, реализацию комплексных проектов и закупку инструментов профилактики. При этом реализация комплексных проектов и закупка инструментов профилактики в большей степени, чем остальные объекты закупки, ориентированы на ключевые группы;

**2.** Большая доля закупок направлена на профилактику, связанную с информированием – в 103 аукционах (49,6%) разыгрывались лоты на организацию указанных мероприятий. При этом только одна информационная кампания была направлена на профилактику ВИЧ-инфекции среди ключевых групп;

**3.** Несмотря на то, что презервативы являются важнейшим средством профилактики ВИЧ-инфекции и наиболее эффективным видом контрацепции, лишь 2,4% аукционов были направлены на закупку презервативов. При этом, такой элемент профилактики как печатная продукция, представлен 10,7% от всех объектов закупок.

### **Кто выигрывает аукционы и предоставляет товары и услуги:**

**1.** Ведущую роль в организации профилактики среди ключевых групп играют СО НКО, реализуя комплексные проекты, а также организации, основным видом деятельности которых является торговля и которые обеспечивают поставку экспресс-тестов;

**2.** Наибольшую сумму (61 463 671,19 рублей) от исполнения контрактов получили IT-компании, которые были представлены всего 2,6% организаций-победителей аукционов. Это связано с реализацией контракта по организации комплексного проекта для общего населения в г. Москва на сумму 58 700 000 рублей;

**3.** По количеству выигранных аукционов лидируют рекламные агентства (25,4% от количества заключенных контрактов в наиболее уязвимых субъектах), обеспечивая информационное сопровождение акций, разработку аудио- и видеоматериалов, печатной продукции и т.д. В связи со спецификой данных услуг, контракты на предоставление таких товаров и услуг чаще заключаются с коммерческими компаниями. Тем не менее, ни одна закупка, осуществленная рекламными агентствами, не была направлена на профилактику ВИЧ-инфекции среди ключевых групп;

**4.** В аукционах с преференциями для субъектов малого предприниматель-



ства и СО НКО чаще выигрывает малый бизнес;

**5.** Доля контрактов, заключённых НКО, составляет 16,8%. Тем не менее, доход средств, полученных НКО, от объёма найденных средств (НМЦК) составляет всего 10,1%, а средняя стоимость контракта всего 556 107,95 рублей.

### **Профилактика среди ключевых групп:**

**1.** Только 8,1% от суммы всех контрактов было направлено на оказание услуг в сфере профилактики ВИЧ-инфекции среди ключевых групп. И только в 9 из 24 исследуемых регионов осуществлялись закупки на оказание услуг по профилактике среди ключевых групп;

**2.** Пораженность ВИЧ-инфекцией среди людей, практикующих гетеросексуальные практики и относящихся преимущественно к общему населению, на 18,8% больше, чем поражённость среди ключевых групп (ЛУН, МСМ). В то время как финансирование профилактических мероприятий для общего населения на 62,9% больше финансирования профилактики ВИЧ-инфекции среди ключевых групп (ЛУН, МСМ, СР). Таким образом, фокус государственных закупок на профилактические мероприятия направлен на общее население;

**3.** При этом в объеме профилактических товаров и услуг, закупаемых в интересах ключевых групп, наибольшее внимание уделяется сообществу ЛУН. В аукционной документации, в которой указаны конкретные категории ключевых групп, ЛУН упоминаются в 5 из 8 случаев. В то время как упоминание каждой остальной ключевой группы (МСМ, СР, МЛС) встречается только в 3 из 8 случаев.



По данным Федерального научно-методического центра по профилактике и борьбе со СПИДом на 31.12.2018 г., общее число россиян, инфицированных ВИЧ, достигло 1 329 331 человек; количество новых выявленных случаев в 2018 году составило 103 995. Среди впервые выявленных в 2018 г. ВИЧ-позитивных с установленными факторами риска заражения 37,9% инфицировались при употреблении наркотиков нестерильным инструментарием, 58,9% – при гетеросексуальных контактах, 2,2% – при гомосексуальных контактах, а также 88 детей инфицировались от матерей во время беременности, родов и при грудном вскармливании<sup>1</sup>.

20 октября 2016 года было подписано Распоряжение «Об утверждении государственной стратегии противодействия распространению ВИЧ-инфекции в Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу»<sup>2</sup>. В Стратегии обозначены основные направления работы по противодействию ВИЧ, а также выделены группы населения повышенного риска, в которые входят: «потребляющие инъекционные наркотики, занимающиеся проституцией, вступающие в нетрадиционные сексуальные отношения».

Выделенные в Стратегии группы повышенного риска совпадают по своей сути с перечнем ключевых групп, выделенных Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ): потребители инъекционных наркотиков, секс-работники (СР), мужчины, практикующие секс с мужчинами (МСМ)<sup>3</sup>.

Особая роль в работе с группами повышенного риска отводится социально ориентированным некоммерческим организациям (СО НКО). Так, одной из задач Стратегии является «разработка и внедрение межведомственных программ профилактики ВИЧ-инфекции, направленных на работу в ключевых группах населения, с привлечением к реализации этих программ социально ориентированных некоммерческих организаций».

Поскольку в документе СО НКО рассматриваются в качестве важного партнёра по работе с группами повышенного риска, отмечается необходимость «оказывать содействие социально ориентированным некоммерческим организациям и добровольцам, занимающимся профилактикой ВИЧ-инфекции, предоставляющим услуги по уходу и поддержке лицам, заражённым вирусом иммунодефицита человека, а также обеспечивать их взаимодействие с государственными учреж-

1 <http://www.hivrussia.info/wp-content/uploads/2020/01/Byulleten-44-VICH-infektsiya-2019-g..pdf>

2 <http://static.government.ru/media/files/cbS7AH8vWirXO6xv7C2mySn1JeqDlvKA.pdf>

3 [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/161724/9789289051392\\_rus.pdf?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/161724/9789289051392_rus.pdf?sequence=1)

дениями различных ведомств».

Такое видение роли СО НКО совпадает с позицией Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), обозначенной в Сводном руководстве по ВИЧ-инфекции в ключевых группах населения<sup>1</sup>, где также утверждается, что организации, созданные на базе сообществ, могут предоставить лучший сервис по профилактике в ключевых группах, труднодоступных для медицинских учреждений и специалистов. Как правило, такие низкопороговые программы включают комплексные интервенции: предоставление стерильного инъекционного инструментария и средств барьерной защиты, аутрич-работу, консультирование и тестирование, перенаправление в программы лечения и медико-социальное сопровождение.

С важностью профилактической работы в группах повышенного риска согласна и помощник Министра здравоохранения РФ Л.А. Габбасова. Рассказывая об основных направлениях противодействия распространению ВИЧ-инфекции в интервью изданию «Коммерсант», г-жа Габбасова заявила: «...профилактика ВИЧ-инфекции в группах населения повышенного риска. Впервые будут формироваться специальные адресные программы на межведомственной основе с привлечением социально ориентированных некоммерческих организаций. [...] Представители некоммерческих организаций, как правило, являются коммуникаторами между пациентами, входящими в группы населения повышенного риска, и системами здравоохранения и социальной защиты, они способствуют сохранению приверженности к лечению у этой категории пациентов». Об этом же говорят инициативные группы пациентов и специалисты, работающие с группами повышенного риска<sup>2</sup>.

Для того чтобы СО НКО, работающие в сфере профилактики ВИЧ-инфекции с группами повышенного риска, могли бесперебойно и качественно осуществлять свою деятельность, им необходима всесторонняя поддержка государства.

Федеральным законодательством об НКО<sup>3</sup> регулируются следующие формы государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО):

- Финансовая;
- Имущественная;
- Информационная;

1 [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/161724/9789289051392\\_rus.pdf?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/161724/9789289051392_rus.pdf?sequence=1)

2 <https://haf-spb.org/wp-content/uploads/2019/03/monitor.pdf>

3 Федеральный закон от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»



- Консультационная;
- Поддержка в области подготовки, дополнительного профессионального образования работников и добровольцев социально ориентированных некоммерческих организаций;
- Предоставление СО НКО льгот по уплате налогов и сборов в соответствии с законодательством о налогах и сборах;
- Осуществление закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд у СО НКО в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд;
- Предоставление юридическим лицам, оказывающим социально ориентированным некоммерческим организациям материальную поддержку, льгот по уплате налогов и сборов в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

В настоящее время существует несколько видов государственной финансовой поддержки СО НКО, как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях. Это конкурсы грантов Президента России, субсидии на возмещение затрат НКО в субъектах, возможность для СО НКО участвовать в государственных закупках, войти в реестр поставщиков социальных услуг и другие. Более того, Президентом РФ инициирован новый механизм финансовой поддержки СО НКО, направленный на обеспечение финансовой устойчивости организаций: возможность получить статус НКО – исполнителя общественно полезных услуг<sup>1</sup>.

С этой целью 27 октября 2016 года Правительством Российской Федерации было выпущено Постановление «Об утверждении перечня общественно полезных услуг и критериев оценки качества их оказания»<sup>2</sup>. Ранее, 3 июля 2016 года, Президент РФ Владимир Путин подписал Федеральный закон № 287-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О некоммерческих организациях» в части установления статуса некоммерческой организации – исполнителя общественно полезных услуг» (ИОПУ)<sup>3</sup>. Некоммерческие организации – исполнители общественно полезных услуг «имеют право на приоритетное получение мер под-

1 <http://kremlin.ru/acts/bank/41181>

2 <http://static.government.ru/media/files/ztBooUfGR6r8AbSOGTAzV1H4RZ9hkvXI.pdf>

3 <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201607040069?index=1&rangeSize=1>

держки» в течение двух лет с возможностью продления в упрощенном порядке. Для этого необходимо, чтобы СО НКО на протяжении года и более оказывала общественно полезные услуги надлежащего качества и не выполняла функции иностранного агента, была признана организацией – исполнителем общественно полезных услуг и внесена в соответствующий реестр.

Значимыми вехами в развитии системной помощи третьему сектору стали подготовленные Минэкономразвития России в 2016 году нормативные документы: «Комплекс мер, направленных на обеспечение поэтапного доступа социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на оказание социальных услуг населению, на 2016-2020 годы»<sup>1</sup>, который был утвержден Заместителем Председателя Правительства РФ О.Ю. Голодец, и План мероприятий («Дорожная карта») «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере», утвержденный Распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 июня 2016 г. № 1144-р<sup>2</sup>.

В двух последних нормативно-правовых актах говорится как о ряде мероприятий общего характера, направленных на создание условий для получения различных видов государственной поддержки, и, прежде всего, финансовой, для всех СО НКО, так и о мероприятиях, направленных на улучшение доступа для СО НКО к государственной поддержке в конкретных сферах. Например, пункт 26 «Комплекса мер...» описывает мероприятие «Обеспечение доступа СО НКО к предоставлению услуг в рамках реализации региональных программ развития здравоохранения в сфере профилактики ВИЧ, вирусных гепатитов В и С».

С 1 сентября 2020 г. в ряде регионов РФ в виде эксперимента на неполные четыре с половиной года действует Федеральный закон от 13.07.2020 № 189-ФЗ «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере» (Закон № 189-ФЗ)<sup>3</sup>. Этот закон позволит повысить качество и доступность оказания государственных и муниципальных услуг в таких сферах как образование, здравоохранение, социальная защита, занятость населения, физическая культура и спорт, туризм за счет привлечения к оказанию услуг социально-ориентированных коммерческих

1 <http://nko.economy.gov.ru/PortalNews/Read/2679>

2 <http://static.government.ru/media/files/m8dATZ3NHAo7aDUj8dpGMINKYks0nd4H.pdf>

3 <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007130053>

и некоммерческих организаций.

Закон № 189-ФЗ применяется при формировании государственного социального заказа на 2021-2024 годы по следующим направлениям деятельности:

- Социальное обслуживание (кроме обслуживания в стационарной форме);
- Санаторно-курортное лечение (кроме услуг в рамках государственной социальной помощи);
- Оказание паллиативной медицинской помощи;
- Создание благоприятных условий для развития туристской индустрии в регионах;
- Спортивная подготовка;
- Содействие занятости населения.

Для исполнения государственного/муниципального социального заказа (наряду со сложившимся механизмом утверждения государственного задания подведомственным учреждениям) предусмотрено использование:

- Конкурса, в т. ч. с участием негосударственных организаций;
- Сертификата, дающего право гражданам самостоятельно выбрать организации, оказывающие им ту или иную услугу за счет бюджетных средств.

При наличии такой значительной законодательной поддержки, у СО НКО, в том числе – занимающихся профилактикой ВИЧ-инфекции в группах повышенного риска, появляется все больше возможностей для реализации своей деятельности за бюджетные средства. Потенциально, это позволит СО НКО непрерывно заниматься профилактикой, за счет чего будет постоянно повышаться качество оказываемых услуг и, тем самым, это способствует снижению заболеваемости ВИЧ-инфекции в группах повышенного риска, улучшению диспансеризации, охвату антиретровирусным лечением тех, кто уже живет с ВИЧ-инфекцией.

Цель настоящего анализа – оценить доступ СО НКО к государственному финансированию в наиболее пораженных ВИЧ-инфекцией регионах в рамках участия в государственных закупках.



Для достижения цели исследования предполагалось получить ответы на следующие вопросы:

1. Какие мероприятия наиболее часто встречались в закупках? Были ли они ориентированы на работу с группами повышенного риска?
2. Как соотносится основной вид деятельности организаций-победителей аукциона с содержанием закупок профилактических услуг и целевыми группами, на которые эти закупки направлены?
3. На какие ключевые группы были предпочтительно израсходованы средства и на какие объекты закупки?
4. Какое количество денежных средств выделялось в субъектах РФ с высокой пораженностью непосредственно на работу с представителями ключевых групп?
5. Как часто победителями закупок становятся НКО?

Объектом исследования и дальнейшего анализа послужили сведения о закупках, осуществленных по Федеральному закону от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Сбор первичной информации происходил посредством выявления всех аукционов на закупку услуг на профилактические мероприятия за исследуемый период и анализа аукционной документации, размещенной на открытой (публичной) части сайта Единой информационной системы в сфере закупок [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru). Поиск осуществлялся по словам и словоформам: «профилактика ВИЧ», «ВИЧ/СПИД», «мероприятие», «акции» «тестирование», «профилактика», «презервативы», «группы риска», «информирование», «мероприятие», «акции», «печатные материалы», «консультирование», «аутрич», «сопровождение», «экспресс-тестирование», «тестирование», «школа пациента», «приверженность», «равный консультант».

В выборку были включены аукционы и конкурсы, в технической документации которых было описано, что закупаемые мероприятия явным образом направлены на профилактику ВИЧ-инфекции.

В поиск и анализ были включены 24 субъекта РФ: Ивановская область, Иркутская область, Кемеровская область, Курганская область, Ленинградская область, Мурманская область, Нижегородская область, Новосибирская область, Омская область, Оренбургская область, Самарская область, Свердловская

область, Тверская область, Томская область, Тюменская область, Ульяновская область, Челябинская область, Алтайский край, Пермский край, Красноярский край, Ханты-Мансийский автономный округ, Республика Крым, г. Москва, г. Санкт-Петербург, а также Министерство здравоохранения Российской Федерации. По данным Федерального научно-методического Центра по профилактике и борьбе со СПИДом, в перечисленных регионах самые высокие показатели распространенности ВИЧ-инфекции в России, в связи с чем именно они были отобраны для анализа. При этом в выборку был включен г. Москва, который не относится к ведущим субъектам РФ по пораженности ВИЧ-инфекцией. В отношении перечисленных регионов и г. Москва в отчете используется выражение «наиболее пораженные субъекты».

Из аукционной документации были выбраны ключевые показатели для дальнейшего изучения и анализа, структурированы необходимые качественные и количественные характеристики по каждому параметру, существенные для исследования, последующего анализа и обобщения. Вся полученная информация по регионам сгруппирована и интегрирована в единый массив данных в MS Excel, который был отредактирован, проверен и унифицирован для дальнейшей формализованной обработки и анализа. Статистическая обработка данных осуществлялась с помощью IBM SPSS Statistics.

В большинстве случаев в контрактной документации объект закупки был описан подробно и детализировано, в связи с чем был сформирован перечень укрупнённых объектов закупки.

В отчете используются следующие понятия:

1. «Ключевые группы», включая МСМ, СР, ЛУН, МЛС;
2. «ЛЖВ и их близкие», включая ВИЧ-инфицированных людей, ВИЧ-инфицированных беременных женщин и детей женщин, живущих с ВИЧ-инфекцией;
3. «Общее население», в т.ч. были выделены подгруппы: молодёжь, медработники, женщины, рабочие, школьники.

Определение вида деятельности организации-победителя аукциона осуществлялось с помощью поиска основного вида деятельности по ОКВЭД для каждой организации-победителя и их дальнейшей классификации.

В аукционной документации были обнаружены различные формулировки объектов закупки, в связи с чем были сформированы 10 групп, каждая из кото-



рых включает в себя серию конкретных объектов закупки. Информацию о группах и их содержании можно обнаружить в Приложении 1 к отчету.

## Ограничения для анализа и интерпретации результатов

**1.** По требованиям 44-ФЗ заказчик обязан указывать в извещении об осуществлении закупки источник финансирования с указанием уровня бюджета бюджетной системы Российской Федерации. Но на сегодняшний день строгий перечень источников законодательно не установлен, поэтому в каждом из найденных аукционов указаны различные источники бюджетных ассигнований, что не дает возможность достоверно сгруппировать данные.

Также сложность заключается в том, что финансирование мероприятий по профилактике ВИЧ-инфекции в РФ может происходить за счет средств консолидированного бюджета (бюджетов всех уровней). Указываются и отдельные источники финансирования: средства федерального бюджета, регионального бюджета, бюджета города, различные субсидии разного уровня, региональные программы и подпрограммы здравоохранения, бюджетные и внебюджетные средства, прочее.

**2.** Мониторинг аукционов показал, что описание объекта закупок и информация, размещаемая на сайте <http://zakupki.gov.ru>, не стандартизирована и имеет существенные различия, что могло оказать влияние на качество сбора и анализа данных.

**3.** Учитывая наличие пропущенных значений в сформированном массиве данных, в данном отчете будет приводиться валидный процент, т.е. процент без учёта пропущенных значений.

**4.** В публичных источниках не найдены данные об общей сумме бюджета на профилактические мероприятия в отношении ВИЧ-инфекции в РФ, в т.ч. в поражённых регионах. Также отсутствуют данные по распределению бюджета на профилактические мероприятия для каждого региона РФ в зависимости от уровня бюджета.



В связи с тем, что аукцион, проводимый Минздравом России, выделяется среди остальных аукционов (как по сумме контракта и типу заказчика, так и по масштабам реализации), представляется целесообразным проанализировать соответствующую закупку в рамках данного аукциона отдельно.

Закупки профилактических услуг для Минздрава России осуществляет Федеральное государственное бюджетное учреждение «Центральный научно-исследовательский институт организации и информатизации здравоохранения» Минздрава России (ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России).

Минздрав России проводит крупный аукцион один раз в год. Это всегда комплексный проект, включающий в себя несколько этапов. За исследуемый период Минздрав России объявил 3 аукциона на профилактику в 2017, в 2018 и в 2019 году – сумма затрат в общей сложности составила 296 710 000 рублей.

Таблица 1. Суммы контрактов, в которых Минздрав России выступал заказчиком

	Сумма, руб. 2017 г.	Сумма, руб. 2018 г.	Сумма, руб. 2019 г.
<b>ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России</b>	102 100 000,00	94 660 000,00	99 950 000,00

Как видно из таблицы, ежегодные суммы контрактов Минздрава России на профилактику отличаются незначительно<sup>1</sup> (максимальное различие между значениями составляет 7,3%). НМЦК Минздрав России в 2019 г. составила **104 000 000,00** рублей.

В 2019 г. целью Минздрава России было повышение уровня информированности граждан Российской Федерации по вопросам профилактики ВИЧ-инфекции, вирусных гепатитов В и С. Целевой аудиторией проекта стало общее население, в т.ч. ряд мероприятий ориентирован на школьников и медицинских специалистов.

По данным конкурсной документации и технического задания, реализация комплексного проекта должна проходить в 4 этапа в приоритетных регионах РФ:

1. разработка комплексного проекта и его плана-графика реализации;
2. организация и проведение основных мероприятий:
  - организация и проведение акций, информационных кампаний, направленных на профилактику ВИЧ-инфекции, в т.ч. мотивирование граждан на прохождение тестирования на ВИЧ;

<sup>1</sup> [https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2020/11/OTChET\\_profilaktika\\_finalny\\_draft\\_korrektor-1.pdf](https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2020/11/OTChET_profilaktika_finalny_draft_korrektor-1.pdf)



- организация и проведение информационно-разъяснительных мероприятий (для медицинских специалистов и родителей школьников);
  - разработка и создание 100% информационной видеопродукции для информационно-разъяснительных мероприятий (для специалистов по вопросам ВИЧ-инфекции);
  - разработка и создание видеопродукции по итогам мероприятий по профилактике ВИЧ-инфекции;
  - оказание информационного сопровождения акций по профилактике ВИЧ-инфекции в 15 регионах РФ;
  - проведение анализа российского информационного пространства по теме ВИЧ;
3. доведение до 100% выполнения вышеуказанных мероприятий;
4. организация и проведение основных мероприятий:
- создание мультимедийных материалов по результатам проведенных акций;
  - проведение анализа российского информационного пространства по теме ВИЧ;
  - создание книги по итогам реализации акций по тестированию на ВИЧ-инфекцию в каждом из приоритетных регионов;
  - организация и проведение профессионального конкурса среди региональных центров СПИД;
  - организация и проведение «V Всероссийского форума для специалистов по профилактике и лечению ВИЧ/СПИДа»;
  - проведение исследования общественного мнения на предмет изучения уровня информированности граждан Российской Федерации по вопросам профилактики ВИЧ-инфекции, вирусных гепатитов В и С, в том числе о рисках заражения и способах профилактики.

Для каждого мероприятия прописаны подробные требования с указанием срока проведения каждого этапа проекта, требуемых материальных, технических и профессиональных ресурсов. К мероприятиям в регионах должны быть привлечены профильные региональные НКО.

В ранее опубликованном отчёте<sup>1</sup> проанализирована динамика развития закупок Минздрава России за последние 3 года и сделан вывод «...об отсутствии в

<sup>1</sup> [https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2020/11/OTChET\\_profilaktika\\_finalny\\_draft\\_korrektor-1.pdf](https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2020/11/OTChET_profilaktika_finalny_draft_korrektor-1.pdf)



РФ в 2017-2019 гг. на федеральном уровне программы по профилактики ВИЧ-инфекции, реализуемой Министерством здравоохранения как среди общего населения, так и среди групп риска. Работа по профилактике на федеральном уровне должна принять форму программы, которая будет реализована в течение всего года, планомерно и регулярно, с фокусом в том числе на мероприятия для представителей ключевых и уязвимых к ВИЧ групп».

Можно обнаружить, что мероприятия, несмотря на запланированную разработку единой концепции проекта, сильно разрознены по содержанию, а также требуют привлечения большого количества административных ресурсов. В связи с этим представляется целесообразным рекомендовать разукрупнение объекта закупки, т.е. проведение отдельных аукционов по закупке информационных кампаний, аналитических исследований, акций, информационно-разъяснительных мероприятий и производство видеопродукции. Это позволит повысить конкуренцию, а также снизить порог для участия в аукционе СМП и СОНКО.



С 1 января 2019 по 31 декабря 2019 на портале ЕИС найдено и проанализировано **208** аукционов, объявленных на закупку услуг по профилактике ВИЧ-инфекции в исследуемых субъектах РФ.

Общая сумма, объявленных аукционов в 24 наиболее пораженных субъектах РФ – **227 765 543,20 рублей**.

Заключено **193** контракта на общую сумму **192 984 614,63 рублей**.

В Таблице 2 представлены данные по уровню распространения ВИЧ-инфекции, количеству аукционов и количеству закупок, а также обнаруженным суммам НМЦК и заключенных контрактов в региональном аспекте.

**Таблица 2. Рейтинг субъектов РФ по пораженности ВИЧ-инфекцией с указанием количества объявленных аукционов и реализованных закупок, а также сумм НМЦК и сумм контрактов**

Регион	Пораженность на 100 тыс. населения России, чел.	Количество аукционов, ед.	Сумма НМЦК, руб.	Число закупок, ед.	Сумма контрактов, руб.
Иркутская область	1997,7	13	13 578 926,26	13	13 102 224,40
Кемеровская область	1889,9	5	3 020 858,88	5	2 933 658,83
Свердловская область	1804,4	27	12 562 937,00	26	9 962 471,73
Самарская область	1731,9	17	14 124 952,31	16	11 202 101,48
Оренбургская область	1433,1	10	5 936 753,00	10	4 330 853,60
Ленинградская область	1342,4	6	5 229 670,00	6	3 592 927,20
Челябинская область	1325,5	14	5 340 900,00	13	4 677 751,50
Ханты-Мансийский АО	1293,4	7	13 422 182,80	7	10 745 924,93
Новосибирская область	1203,8	5	3 165 966,66	5	2 227 397,25
Тюменская область	1155,6	4	171 278,85	2	95 872,95
Пермский край	1137,9	9	3 149 703,42	9	2 946 140,47
Республика Крым*	1111,1	7	6 262 490,15	7	4 735 158,22
г. Санкт-Петербург	1056,1	10	14 315 378,74	9	13 352 521,74
Ульяновская область	1036,6	4	5 574 306,00	3	3 136 497,91
Курганская область	1021,8	2	908 273,23	2	558 667,16
Алтайский край	1011,9	6	9 669 823,20	5	6 244 200,00
Красноярский край	1011,3	19	14 884 731,06	19	9 049 759,80



Томская область	941,4	3	3 643 422,90	3	3 592 362,78
Ивановская область	902,3	3	1 999 998,26	3	1 515 891,66
Тверская область	873,8	1	3 466 000,00	1	2 963 430,00
Омская область	825,6	13	6 456 391,60	11	4 691 861,53 ₹
Мурманская область	753,8	3	477 060,52	0	- ₹
Нижегородская область	712,1	12	9 242 803,23	10	7 246 599,33 ₹
Москва	543,8	9	71 160 746,16	9	70 079 340,16 ₹

Минимальная сумма закупки в 2019 году составила 30 872,95 руб. (Тюменская область).

Максимальная сумма закупки – 58 700 000,00 рублей (г. Москва).

Также видно, что разница между числом аукционов и числом заключенных контрактов либо незначительна, либо отсутствует. Основными причинами имеющих расхождений являются следующие факторы:

1. По окончании срока приема заявок не подано ни одной заявки (ч. 16, ст. 66 44-ФЗ);
2. По результатам рассмотрения первых частей заявок к участию в аукционе не допущено ни одной заявки (ч. 8, ст. 67 44-ФЗ);
3. По результатам рассмотрения единственной заявки, заявка была отклонена.

Среди проанализированных аукционов только в Мурманской области не было заключено контрактов в связи с тем, что по окончании срока приёма заявок на конкурс не было подано ни одной заявки.

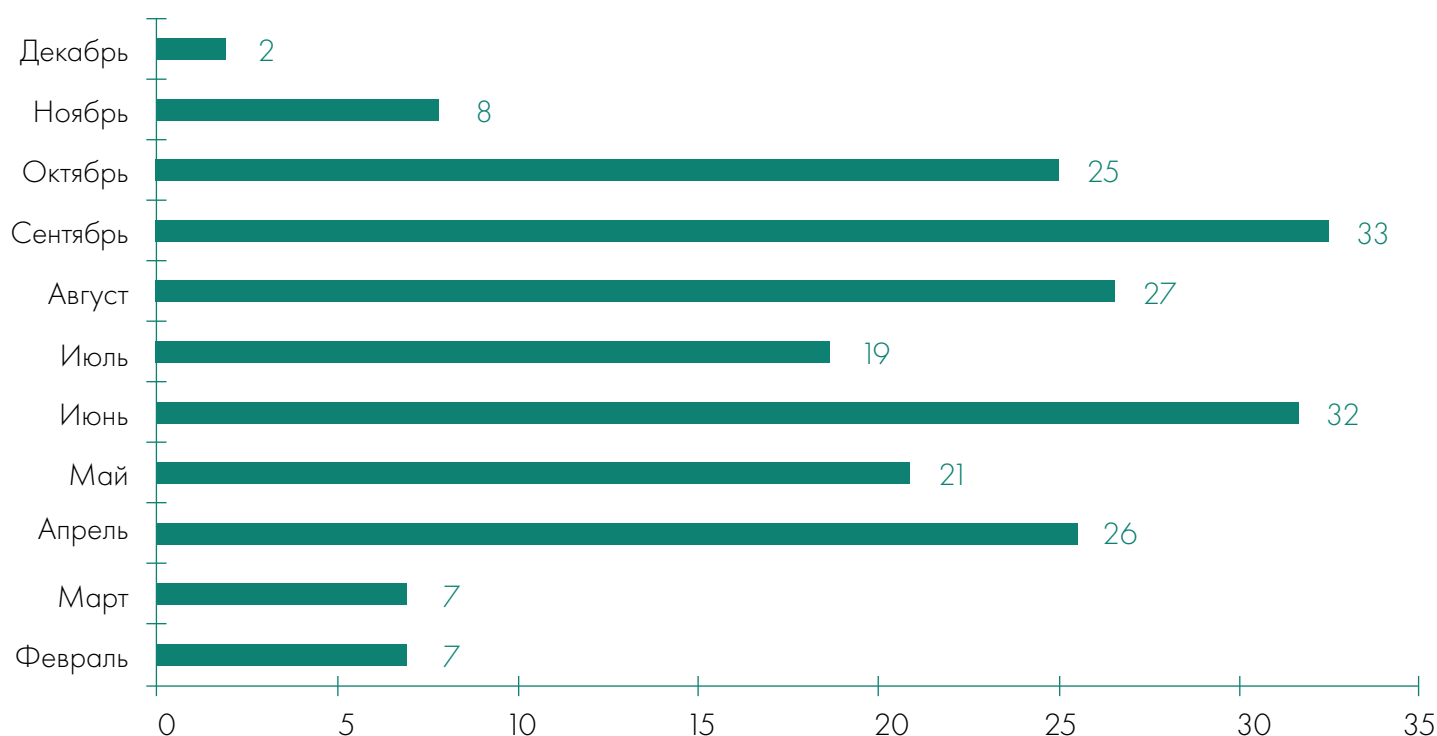
В первом полугодии 2019 года в ЕИС было опубликовано 95 аукционов, в то время как во втором полугодии было опубликовано 114 аукционов (Рисунок 1). В первом полугодии в системе ЕИС не найдены аукционы в наиболее поражённых субъектах в январе, что может быть связано с тем, что средства федерального бюджета распределяются по статьям регионального бюджета до конца января того года, в который проводятся аукционы. В целом похожий тренд на публикацию большей доли аукционов во втором полугодии прослеживается и в прошлые годы<sup>1</sup>. Очевидно, что для организаций-поставщиков значительно удобнее раннее объявление аукционов, чтобы было достаточно времени для реализации обязательств по контракту.

<sup>1</sup> [https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2017/02/EVAotchetBig\\_web.pdf](https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2017/02/EVAotchetBig_web.pdf)



Тем не менее, в начале года закупки по-прежнему объявляются в меньшем числе случаев. Это может свидетельствовать как о долгом периоде согласования технических заданий внутри субъекта, так и об отсрочке перечисления средств из федерального бюджета в бюджет субъекта или подписания соглашения с субъектами РФ.

Рисунок 1. Распределение числа публикаций аукционов по месяцам



Разница между суммой средств, выделенных на закупки, и итоговой суммой, указанной в контракте, незначительна. В 2019 году сумму закупок в результате проведения аукционов снизила на 11,6%.

Наибольшая разница между суммой НМЦК и суммой контракта в наиболее пораженных субъектах РФ была найдена в Алтайском крае и Ханты-Мансийском автономном округе-Югре при закупке инструментов профилактики (экспресс-тестов на ВИЧ и ланцетов одноразового пользования) – 2 098 635,00 руб. и 1 849 377,60 руб. соответственно. В остальных субъектах РФ, представленных в Таблице 3 (кроме случаев уменьшения суммы контрактов по сравнению с НМЦК в Ленинградской области), снижение цены было обнаружено в случаях, когда реализация закупки была направлена на информирование, т.е. объектом закупки выступала печатная информационная продукция, наружная реклама и размещение аудио- и видеороликов, а также организация трансляций на телевидении.



Таблица 3. Субъекты РФ с разницей между суммой НМЦК и суммой контракта более 500 тыс. руб.

Регион	Наименование объект закупки	Сумма НМЦК, руб.	Сумма заключенного контракта, руб.	Разница между суммой НМЦК и суммой контракта, руб.
Алтайский край	Инструменты профилактики (экспресс-тесты на ВИЧ, ланцеты одноразового использования)	2 656 500,00	557 865,00	2 098 635,00
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	Инструменты профилактики (экспресс-тесты на ВИЧ)	11 208 120,00	9 358 742,40	1 849 377,60
Красноярский край	Наружная реклама (создание и размещение рекламных щитов)	2 242 550,00	1 098 849,50	1 143 700,50
Красноярский край	Трансляция передач на телевидении	1 332 293,33	476 989,02	855 304,31
Ленинградская область	Разработка пособия по профилактике ВИЧ-инфекции	1 000 000,00	270 000,00	730 000,00
Ленинградская область	Комплексный проект (консультирование, тестирование, анкетирование женщин, проведение круглого стола, анализ полученных данных)	979 760,00	342 916,00	636 844,00
Красноярский край	Трансляции в эфире телевизионных каналов видеороликов социальной рекламы по профилактике ВИЧ-инфекции и гепатитов В и С	841 536,00	298 523,52	543 012,48
Самарская область	Наружная реклама (размещение информационных материалов на медиафасаде)	681 177,64	146 443,97	534 733,67
Новосибирская область	Размещение аудиоролика по профилактике ВИЧ-инфекции в эфире радиостанций	791 666,66	288 124,66	503 542,00
Республика Крым	Печатная информационная продукция (9 000 плакатов, 38 000 флаеров)	680 360,00	176 870,20	503 489,80





Финансирование мероприятий по профилактике ВИЧ в субъектах РФ может происходить за счёт средств разных уровней бюджета. Условно источники финансирования можно объединить в 5 основных групп:

1. Средства федерального бюджета;
2. Консолидированный бюджет (федеральный + региональный);
3. Средства регионального бюджета;
4. Средства муниципального бюджета;
5. Средства бюджетных учреждений.

Следует отметить несколько важных изменений. Первое – до 2016 г. субъекты РФ получили межбюджетные трансферты из федерального бюджета на реализацию мероприятий по профилактике ВИЧ-инфекции и гепатитов В и С<sup>1 2 3</sup>. С 2017 г. из федерального бюджета выделяются субсидии бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию мероприятий по предупреждению и борьбе с социально значимыми инфекционными заболеваниями<sup>4</sup>.

Второе – до 2019 году мероприятия по борьбе с ВИЧ-инфекцией были включены в подпрограмму «Совершенствование оказания медицинской помощи, включая профилактику заболеваний и формирование здорового образа жизни» государственной программы РФ «Развитие здравоохранения». В 2019 году указанные мероприятия вошли в целевую программу «Предупреждение и борьба с социально значимыми инфекционными заболеваниями» государственной программы «Развитие здравоохранения».

По данным Минфина России, через субсидии в регионы в 2019 году поступило 293 655,8 тыс. рублей<sup>5</sup>.

На Рисунке 2 видно, что в основном финансирование профилактических мероприятий в наиболее пораженных субъектах РФ происходит за счет средств бюджетных учреждений и средств регионального бюджета. Смешанная модель финансирования представлена ¼ всех случаев финансирования мер профилактики. В меньшей степени задействован исключительно федеральный бюджет. В наиболее пораженных субъектах наименее часто, по сравнению с другими источниками бюджета, встречается финансирование из средств муниципального бюджета.

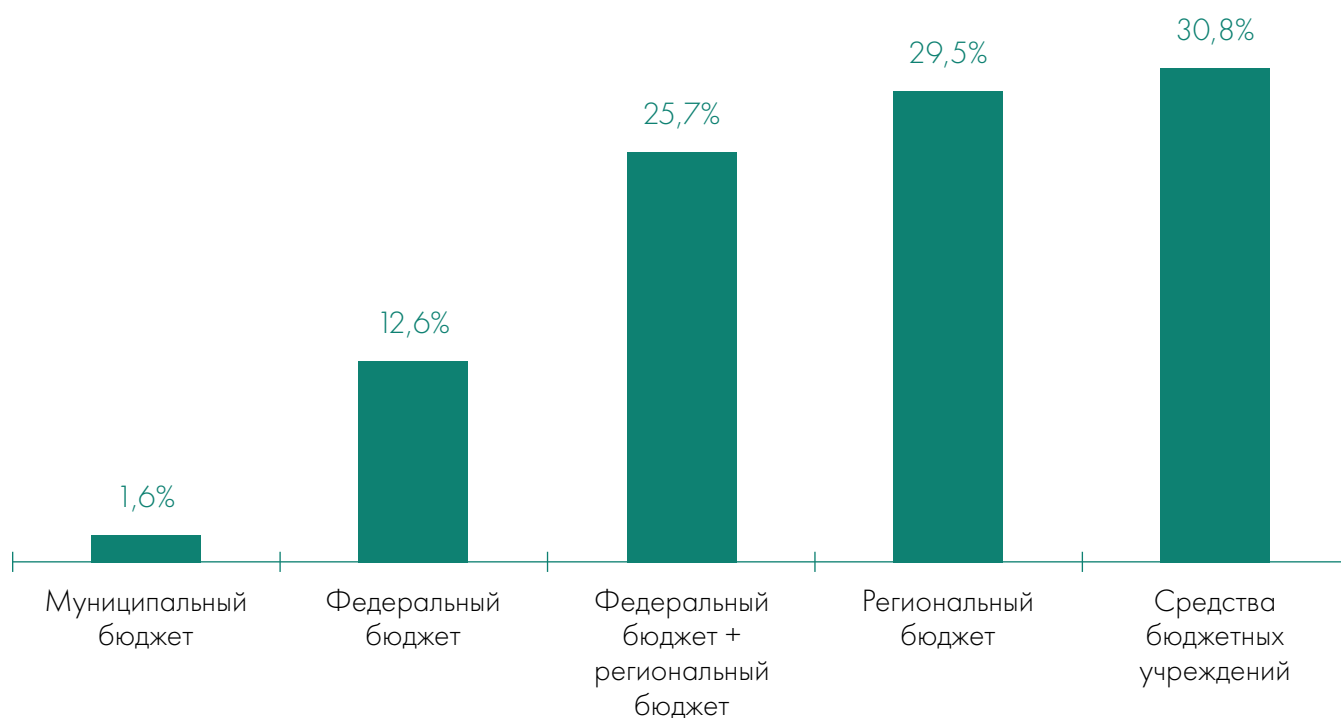
1 [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_155198/b55d0c1f0317b6e231f1a099f26105d675e80f13/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155198/b55d0c1f0317b6e231f1a099f26105d675e80f13/)

2 [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_171692/31d8ca68e3cda76cca422e51cbdd5ff1a4751de4/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171692/31d8ca68e3cda76cca422e51cbdd5ff1a4751de4/)

3 [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_190535/b93f4575196f187c5db1f9e9b22330b78b860897/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_190535/b93f4575196f187c5db1f9e9b22330b78b860897/)

4 [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_312362/1f2d9880a474c3461e1766b44a61b5f4dbfde894/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_312362/1f2d9880a474c3461e1766b44a61b5f4dbfde894/)

5 <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72127892/>

**Рисунок 2. Процентное соотношение источников финансирования профилактических мероприятий**

Как отмечалось ранее, не вся информация по источнику закупки, размещаемая в ЕИС, стандартизирована. К примеру, в Свердловской области не удалось обнаружить источник бюджета в 25 из 27 документов, размещённых в ЕИС, что могло отразиться на представленных данных об источниках финансирования профилактических мероприятий в наиболее поражённых субъектах. В остальных исследуемых субъектах РФ источник бюджета был обнаружен.



В результате анализа технической документации было выделено 8 групп, на работу с которыми направлены профилактические мероприятия (Таблица 4). Технические задания закупок по профилактике могли как не содержать указания на конкретную группу, так и содержать указание на несколько групп, которые планируется охватить профилактической программой. В связи с этим была проанализирована частота упоминания той или иной группы в технической документации. Наиболее часто встречалась профилактика среди общего населения (без уточнения категории): 120 раз (65,9%) в 2019 году. При этом доля затрат от суммы всех контрактов на оказание услуг общему населению (без выделения отдельных подгрупп) составила 72,3%. В то время как доля средств, затраченных на профилактику ВИЧ-инфекции среди общего населения (с учетом всех подгрупп) на 70,8% больше по сравнению с долей средств, затраченных на профилактику среди ключевых групп.

Расходы на профилактику ВИЧ-инфекции среди ключевых групп остаются низкими – всего 9,4% от суммы всех заключенных контрактов.

**Таблица 4. Упоминание групп в контрактной документации**

Целевые группы (по контрактной документации)	Частота упоминания целевых групп в контрактной документации в системе ЕИС, %	Доля средств, затраченных на профилактику среди определенной группы, от суммы заключенных контрактов, %
Общее население	65,9%	72,3%
Ключевые группы	14,8%	9,4%
ЛЖВ	9,3%	10,3%
Общее население (молодежь)	3,3%	3,1%
Общее население (медработники)	2,7%	2,5%
Общее население (женщины)	2,2%	1,3%
Общее население (рабочие)	1,1%	0,8%
Общее население (школьники)	0,5%	0,2%
<b>Общий итог</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



В общем объеме услуг для ключевых групп, закупленных субъектами РФ в 2019 году, большая часть предусмотрена для ЛУН (Таблица 5): категория ЛУН среди всех случаев упоминания конкретных ключевых групп в конкурсной документации встречается в 5 из 8 случаев, в то время как каждая оставшаяся ключевая группа упоминается лишь в 3 из 8 случаев.

**Таблица 5. Расходы в 2019 г. на профилактику среди групп риска в 24 регионах**

Целевые группы (поконтрактной документации)	Число аукционов, ед.	Число контрактов, ед.	Сумма контракта, руб.
ЛУН	9	7	4 040 720,00
СР	3	3	862 456,51
ЛУН, МЛС	2	2	1 119 510,36
ЛУН, СР, МСМ, МЛС	1	1	795 000,00
МСМ	1	1	250 000,00
СР, МЛС	1	1	638 188,00
ЛУН, СР	1	1	477 950,00
ЛУН, МСМ	1	1	277 298,03
<b>Общий итог</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>8 461 122,90</b>

Основными объектами закупок в 2019 году стали: (1) комплексные проекты, (2) инструменты профилактики, (3) размещение видео- и аудиороликов, трансляции (Таблица 4).

В целом можно отметить, что большая доля закупок направлена на профилактику, так или иначе связанную с информированием (размещение аудио- и видеороликов, организацию трансляций, размещение наружной рекламы, создание печатной информационной продукции, размещение публикаций в СМИ, а также организацию информационных кампаний, подразумевающих сочетание нескольких перечисленных объектов закупки) – в 103 аукционах (49,5%) разыгрывались лоты на организацию указанных мероприятий. При этом только одна



информационная кампания была направлена на профилактику ВИЧ-инфекции среди ключевых групп (Таблица 6).

Суммы контрактов соотносятся с долей объектов закупки в общей выборке. Так, больше всего средств было затрачено на комплексные проекты, которые делят первую позицию рейтинга с инструментами профилактики. Большой отрыв суммы контрактов по комплексным проектам обусловлен одной из закупок в г. Москва. При этом комплексные проекты чаще, чем другие объекты закупки, ориентированы на профилактику ВИЧ-инфекции среди ключевых групп.

Важно отметить, что презервативы, являясь важнейшим средством профилактики ВИЧ-инфекции и наиболее эффективным видом контрацепции, закупались лишь в 2,4% от всех аукционов.

**Таблица 6. Рейтинг мероприятий по профилактике ВИЧ в зависимости от частоты закупок в 2019 году с указанием сумм контрактов и количеством контрактов для профилактики ВИЧ среди ключевых групп**

Объект закупки	Доля от числа всех закупок, %	Сумма контрактов, руб.	Количество контрактов, направленных на профилактику среди ключевых групп, ед.
Комплексный проект	19,8%	86 648 641,88	16
Инструменты профилактики	19,3%	33 107 287,85	6
Размещение видео- и аудиороликов, трансляции	18,8%	19 861 673,54	0
Наружная реклама	13,0%	15 401 211,41	0
Печатная информационная продукция	10,6%	10 837 182,97	0
Исследование	1,9%	7 937 302,07	1
Информационная кампания	4,3%	6 243 609,13	1
Обучение	3,4%	3 955 812,70	0
Публикации в СМИ	2,9%	906 445,82	0
Мероприятие	2,4%	2 941 270,00	0
Администрирование проектов	1,4%	4 279 161,20	0
Сувенирная продукция	1,4%	681 016,06	0
Волонтерская атрибутика	0,5%	184 000,00	0



¼ всех победителей аукциона представлена рекламными агентствами (Таблица 7).

На общем фоне выделяется сумма контрактов для IT-компаний, которые представлены сравнительно малым процентом (2,6%) среди организаций-победителей аукционов (Таблица 7). Это связано с одной из закупок в г. Москва, которая подразумевает реализацию комплексного проекта, направленного на сохранение репродуктивного здоровья у населения г. Москва, формирование общественного мнения с установкой на здоровый образ жизни, информирование граждан о ВИЧ-инфекции, мотивирование граждан на добровольное и анонимное обследование на ВИЧ-инфекцию, определение наиболее эффективных мероприятий по профилактике ВИЧ-инфекции среди различных групп населения, разработку концепции проведения информационно-просветительских мероприятий в сфере профилактики ВИЧ-инфекции в 2020 г. в г. Москве. Сумма контракта по результатам аукциона составила 58 700 000 руб. Организацией-победителем аукциона стало АО «Московские информационные технологии».

Контракты, средства которых были направлены на профилактику ВИЧ среди уязвимых групп, были заключены преимущественно с НКО, которые и осуществляли комплексные проекты среди ключевых групп, а также с организациями, основным видом деятельности которых является торговля – это обусловлено закупкой экспресс-тестов для тестирования представителей ключевых групп на наличие ВИЧ-инфекции.

**Таблица 7. Соотношение вида деятельности победителя аукциона с суммой контрактов и направленностью на ключевые группы**

Вид деятельности победителя аукциона (по ОКВЭД)	Доля победителей аукционов в зависимости от вида деятельности, %	Сумма контрактов, руб.	Количество контрактов, направленных на профилактику среди ключевых групп, ед.
Рекламное агентство	25,4%	26 213 776,70	0
НКО	18,5%	18 791 778,23	16
Торговля	18,0%	34 585 680,51	5
Телеканал/радиостанция	11,1%	14 709 634,04	0
Типография	7,9%	9 179 464,89	0
Издательство	4,8%	2 406 200,13	0
Иное	2,6%	2 588 795,71	0
IT	2,6%	61 463 671,19	0



Образование	2,1%	1 497 410,20	0
Медицинский центр	1,6%	2 896 403,25	0
Строительство	1,6%	2 596 950,00 ₺	0
Управление недвижимостью	1,1%	1 736 015,11 ₺	1
Консалтинг	1,1%	2 443 000,00 ₺	0
Исследования	0,5%	6 951 095,56 ₺	0
Социальное обслуживание	0,5%	1 090 000,00 ₺	0
Турагентство	0,5%	1 002 170,00 ₺	0



В 2019 г. в 9 из 24 исследуемых регионах удалось обнаружить закупки, направленные на профилактику ВИЧ среди ключевых групп. Стоит отметить, что в Свердловской области и Пермском крае 50% и более аукционов разыгрываются с целью профилактики ВИЧ среди ключевых групп. В 8 из 9 регионов реализуются комплексные проекты, а в 5 субъектах РФ комплексные проекты являются единственным объектом закупки, ориентированным на ключевые группы.

В наиболее поражённых субъектах сумма заключённых контрактов на закупку товаров и услуг для профилактики ВИЧ-инфекции среди ключевых групп равна 15 560 257,20 рублей, что составляет всего 8,1% от общей суммы заключённых контрактов на профилактику ВИЧ-инфекции в наиболее поражённых субъектах РФ.

**Таблица 8. Регионы, в которых разыгрывались контракты на профилактику среди ключевых групп**

Регион	Количество аукционов на профилактику ВИЧ среди ключевых групп, ед.	Наименование объекта закупки	Сумма контракта по объекту закупки, руб.	Сумма заключённых контрактов на профилактику среди ключевых групп, руб.
Свердловская область	9	Инструменты профилактики	2 999 560,00	3 899 560,00
		Комплексный проект	900 000,00	
Пермский край	6	Исследования	263 206,51	2 335 764,90
		Комплексный проект	2 072 558,39	
Омская область	5	Комплексный проект	1 654 920,00	1 654 920,00
Санкт-Петербург	2	Инструменты профилактики	1 344 695,00	4 099 574,34
		Комплексный проект	2 754 879,34	
Красноярский край	1	Комплексный проект	672 000,00	672 000,00
Иркутская область	1	Информационная кампания	795 000,00	795 000,00
Самарская область	1	Комплексный проект	477 950,00	477 950,00
Ленинградская область	1	Комплексный проект	987 300,00	987 300,00
Ульяновская область	1	Комплексный проект	638 188,00	638 188,00
<b>Общий итог</b>	<b>24</b>		<b>15 560 257,20</b>	<b>15 560 257,20</b>





Наибольшая сумма средств была выиграна НКО в аукционах в г. Санкт-Петербурге – 6 003 879,34 рублей, самая высокая средняя стоимость одного контракта среди всех НКО, заключивших контракты – 2 001 293,11 рублей (Таблица 9). Наибольшее число контрактов (10) были заключены НКО в Красноярском крае.

**Таблица 9. Средства, затраченные НКО на профилактику среди ключевых групп**

Регион	Суммы контрактов НКО, руб.	Количество контрактов, заключенных НКО, ед.	Средняя стоимость одного контракта, руб.	Доля средств, затраченных НКО на профилактику среди ключевых групп, %
г. Санкт-Петербург	6 003 879,34	3	2 001 293,11	68,3%
Красноярский край	3 732 497,23	10	373 249,72	10%
Пермский край	2 582 933,96	7	368 990,57	80,2%
Омская область	2 354 850,00	5	470 970,00	70,28%
Ленинградская область	2 305 077,20	3	768 359,07	42,83%
Свердловская область	1 150 000,00	4	287 500,00	78,26%
Ульяновская область	638 188,00	1	638 188,00	100%
Самарская область	477 950,00	1	477 950,00	100%
Иркутская область	218 402,50	1	218 402,50	0%



Общество с ограниченной ответственностью – наиболее часто встречающаяся (116 контрактов) организационно-правовая форма среди организаций-победителей аукционов в 2019 году. Таким образом, большинство аукционов (Рисунок 3) выигрывают коммерческие организации.

**Рисунок 3. Частота встречающихся организационно-правовых форм организаций-поставщиков в рамках 44-ФЗ**



В соответствии со ст. 30 44-ФЗ заказчик может ограничить участие поставщиков в аукционе, допустив до участия только СМП и НКО, т.к. заказчик обязан осуществлять у СМП и НКО в объеме не менее, чем 15% совокупного годового объема закупок.

В 2019 г. доля контрактов, которые заключили НКО, составила 17,6%, что выше показателей предыдущих лет (в 2015 г. – 7,8%, в 2016 г. – 7,9%)<sup>1</sup> более, чем в 2 раза.

<sup>1</sup> [https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2017/02/EVAotchetBig\\_web.pdf](https://evanetwork.ru/wp-content/uploads/2017/02/EVAotchetBig_web.pdf)



**Таблица 10. Степень участия СО НКО в аукционах на закупку в ЕИС**

Количество заключенных контрактов в 2019 г., ед.	Количество контрактов, которые заключили НКО, ед.	Доля контрактов, которые заключили НКО, %
193	35	16,8%

При этом доля средств, полученных СО НКО от реализации госзакупок, составила 8,3% от объёма найденных по НМЦК средств. Средняя стоимость контракта – 552 699,36 рублей.

**Таблица 11. Объем средств, полученных СО НКО для реализации контрактов**

Объем найденных средств (НМЦК), руб.	Объем средств, полученных НКО (исходя из итоговой цены контракта), руб.	Доля средств, полученных НКО, %	Средняя стоимость контракта, руб.
226 671 159,90	19 463 778,23	10,1%	556 107,95



1. В анализ данных за 2019 г. вошли наиболее пораженные ВИЧ-инфекцией субъекты РФ. В отчёте представлены основные тенденции организации профилактических закупок по ВИЧ-инфекции через ФЗ-44. Общая сумма найденных в ЕИС контрактов составила – **192 984 614,63** рублей.

2. Основные средства, направленные на профилактику ВИЧ-инфекции в регионах РФ, расходуются на информирование общего населения о ВИЧ-инфекции, реализацию комплексных проектов и закупку инструментов профилактики. При этом реализация комплексных проектов и закупка инструментов профилактики в большей степени, чем остальные объекты закупки, ориентированы на ключевые группы.

3. Большая доля закупок направлена на профилактику, связанную с информированием – в 103 аукционах (49,6%) разыгрывались лоты на организацию указанных мероприятий. При этом только одна информационная кампания была направлена на профилактику ВИЧ-инфекции среди ключевых групп.

4. По количеству выигранных аукционов лидируют рекламные агентства (25,4% от количества заключённых контрактов в наиболее уязвимых субъектах), обеспечивая информационное сопровождение акций, разработку аудио- и видеоматериалов, печатной продукции и т.д. В связи со спецификой данных услуг, контракты на предоставление таких товаров и услуг чаще заключаются с коммерческими компаниями. Тем не менее, ни одна закупка, осуществленная рекламными агентствами, не была направлена на профилактику ВИЧ-инфекции среди ключевых групп.

5. Наибольшую сумму (61 463 671,19 рублей) от исполнения контрактов получили IT-компании, которые были представлены всего 2,6% организаций-победителей аукционов.

6. Несмотря на то, что презервативы являются важнейшим средством профилактики ВИЧ-инфекции и наиболее эффективным видом контрацепции, лишь 2,4% аукционов были направлены на закупку презервативов. При этом, такой элемент профилактики как печатная продукция, представлен 10,7% от всех объектов закупок.

7. Конкурсная документация не содержит отчетов о реализованных контрактах, поэтому не представляется возможным провести анализ эффективности профилактических мероприятий.

8. Ведущую роль в организации профилактики среди ключевых групп играют СО НКО, реализуя комплексные проекты, а также организации, основным

видом деятельности которых является торговля и которые обеспечивают поставку экспресс-тестов.

**9.** Профилактика среди ключевых групп осуществляется в основном путем организации комплексных проектов с использованием методов информирования, консультирования, тестирования, социального сопровождения в СПИД-центр и т.д.

**10.** Поражённость ВИЧ-инфекцией среди людей, практикующих гетеросексуальные практики и относящихся преимущественно к общему населению, на 18,8% больше, чем поражённость среди ключевых групп (ЛУН, МСМ). В то время как финансирование профилактических мероприятий для общего населения на 62,9% больше финансирования профилактики ВИЧ-инфекции среди ключевых групп (ЛУН, МСМ, СР). Таким образом, фокус государственных закупок на профилактические мероприятия направлен на общее население.

**11.** При этом в объёме профилактических товаров и услуг, закупаемых в интересах ключевых групп, наибольшее внимание уделяется сообществу ЛУН. В аукционной документации, в которой указаны конкретные категории ключевых групп, ЛУН упоминаются в 5 из 8 случаев. В то время как упоминание каждой остальной ключевой группы (МСМ, СР, МЛС) встречается только в 3 из 8 случаев.

**12.** Только 8,1% от суммы всех контрактов было направлено на оказание услуг в сфере профилактики ВИЧ-инфекции среди ключевых групп. И только в 9 из 24 исследуемых регионов осуществлялись закупки на оказание услуг по профилактике среди ключевых групп.

**13.** В аукционах с преференциями для субъектов малого предпринимательства и СО НКО чаще выигрывает малый бизнес.

**14.** Доля контрактов, заключённых НКО, составляет 16,8%. Тем не менее, доход средств, полученных НКО, от объёма найденных средств (НМЦК) составляет всего 10,1%, а средняя стоимость контракта всего 556 107,95 рублей.

**15.** Большая часть аукционов объявляется во втором полугодии. Это может свидетельствовать как о долгом периоде согласования технических заданий внутри субъекта, так и об отсрочке перечисления средств из федерального бюджета в бюджет субъекта или подписания соглашения с субъектами РФ. При этом очевидно, что для организаций-поставщиков значительно удобнее раннее объявление аукционов, чтобы было достаточно времени для качественной реализации обязательств по контракту.



- 1.** Для повышения конкуренции и улучшения доступа НКО к участию в аукционах рекомендуется разукрупнение объектов закупок, т.е. проведение отдельных аукционов по закупке информационных кампаний, аналитических исследований, акций, информационно-разъяснительных мероприятий и производству видеопродукции.
- 2.** Проработать вопрос об оценке поставщиков по доказанному эффективному опыту работы в указанной сфере при принятии решения о победителе аукциона в рамках ФЗ-44.
- 3.** Проработать вопрос об обязательной публикации отчётов о реализованных мероприятиях по государственной закупке в рамках ФЗ-44.
- 4.** Рекомендовать публиковать в открытых источниках данные о бюджете на профилактику ВИЧ-инфекции с разбивкой по субъектам и источникам финансирования, как запланированные, так и реализованные.
- 5.** Включить показатель по охвату услугами ключевых групп населения в соглашение по передаче субсидий из федерального бюджета в бюджеты регионов РФ.
- 6.** Рассмотреть возможность распределения средств с большим фокусом на ключевые группы, поскольку они составляют высокую долю (40,1% в 2018 г.) в распространении ВИЧ-инфекции. При этом для планирования средств необходимо проведение регулярной оценки численности и поражённости ВИЧ-инфекцией в ключевых группах населения, что позволит получить данные, необходимые для организации и проведения профилактических мероприятий в субъектах РФ.
- 7.** Рекомендовать заказчикам профилактических товаров и услуг в наиболее поражённых субъектах РФ публикацию аукционов в ЕИС в первом полугодии с целью снижения рисков некачественной реализации обязательств по контракту.



## Приложение 1. Составляющие переменной «объект закупки»

Укрупненный объект закупки	Составляющие объекта закупки
Печатная и информационная продукция	Календарь, буклет, брошюра, медицинские бланки, флаер, афиша, плакат, наклейка, листовка, каталог, памятка, открытка, книга, закладка для книг, пресс-волл, информационные пакеты
Публикация в СМИ	Публикации в электронных изданиях, газетах, журналах
Наружная реклама	Размещение рекламы на баннерах, медиафасадах, стендах, общественном транспорте, сити-форматах, диджиталэкранах, в лифтах
Размещение видео- и аудиороликов, трансляции	Размещение видео на телевидении, аудиосообщений на радио, организация трансляций на телевидении, аудиозаписей в магазинах, телепередачи, изготовление видеороликов и фильмов
Сувенирная продукция	Браслет, ручка, футболка, бейсболка
Набор информационных мероприятий	Комплекс мероприятий, сочетающий в себе ранее указанные объекты закупки информационного характера, серия информационных мероприятий
Комплексный проект	Профилактика, тестирование, консультирование, информирование (в т.ч. ДТК и ПТК), аутрич, социальное сопровождение, направление, анкетирование, ведение учета, комплексное медицинское обслуживание для ЛЖВ, анкетирование, набор информационных мероприятий и/или его элементы
Администрирование	Аренда помещения, покупка автомобиля
Инструменты профилактики	Оральные контрацептивы, ПКП, презервативы, ЗГМ, экспресс-тесты на ВИЧ, ВГС, ВГВ
Мероприятие	Совещание, акция, квиз

