Załącznik nr 9
do Regulaminu udzielania zamówień publicznych w Uniwersytecie Gdańskim

Analiza potrzeb i wymagań - wytyczne

1. Wnioskodawca, przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia, dokonuje analizy potrzeb i wymagań, uwzględniając rodzaj i wartość zamówienia.
2. Analiza, o której mowa w pkt 1, obejmuje w szczególności:
   1) badanie możliwości zaspokojenia zidentyfikowanych potrzeb z wykorzystaniem zasobów własnych,
   2) rozeznanie rynku w aspekcie:
      a) alternatywnych środków zaspokojenia zidentyfikowanych potrzeb,
      b) możliwych wariantów realizacji zamówienia albo wskazuje, że jest wyłącznie jedna możliwość wykonania zamówienia,
      c) podniesienia konkurencyjności postępowania o udzielenie zamówienia.
3. Analiza o której mowa w pkt 1 musi wskazywać:
   1) orientacyjną wartość zamówienia dla każdego ze wskazanych wariantów, o których mowa w ust. 2 pkt 2 lit. b,
   2) możliwość podziału zamówienia na części,
   3) przewidywany tryb udzielenia zamówienia,
   4) warunki zamówienia sprzyjające podniesieniu konkurencyjności postępowania o udzielenie zamówienia, których zastosowanie przewiduje Zamawiający – w przypadku gdy przewidywany jest tryb udzielenia zamówienia, o którym mowa w art. 129 ust. 1 pkt 1–5 Pzp.
   5) możliwość uwzględnienia aspektów społecznych, środowiskowych lub innowacyjnych zamówienia,
   6) ryzyka związane z postępowaniem o udzielenie i realizacją zamówienia.
4. Celem dokonania analizy potrzeb i wymagań jest przygotowanie Uniwersytetu Gdańskiego do racjonalnego, efektywnego i gospodarnego wydatkowania środków publicznych oraz zapewnienie warunków sprzyjających rzeczywistej konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia. W ramach analizy potrzeb i wymagań Zamawiający dokonuje oceny, czy najwłaściwszym sposobem zaspokojenia zidentyfikowanej potrzeby jest udzielenie zamówienia publicznego. W tym celu bada możliwość jej zaspokojenia z wykorzystaniem zasobów własnych, poszukuje alternatywnych środków realizacji potrzeb oraz analizuje możliwe warianty wykonania zamówienia. Elementem analizy jest również rozpoznanie rynku pod kątem warunków mogących przyczynić się do podniesienia konkurencyjności planowanego postępowania, w szczególności poprzez takie kształtowanie wymagań dotyczących przedmiotu zamówienia, warunków udziału, kryteriów oceny ofert, terminów realizacji oraz projektowanych postanowień umowy, aby były one proporcjonalne do przedmiotu zamówienia, uzasadnione potrzebami Zamawiającego oraz umożliwiały udział możliwie szerokiemu kręgowi wykonawców. W wyniku przeprowadzonych działań Zamawiający wybiera rozwiązanie najbardziej efektywne dla realizacji założonych celów, przy jednoczesnym zapewnieniu możliwie najszerszego dostępu do zamówienia potencjalnym wykonawcom.