Максим Степаненко

SAM.gov и государственные контракты США

Как малый бизнес выигрывает федеральные тендеры

Максим Степаненко · 2026

SAM.gov и государственные контракты США

Как малый бизнес выигрывает федеральные тендеры

Максим Степаненко

Innova Publishing · 2026

CC BY-NC-ND 4.0

Страница книги, свежая версия и другие гайды серии: guides.mmix.biz/samgov

Помощь специалистов по теме «Регистрация в SAM.gov: UEI, NCAGE»: Legal Solutions — legal.ua

ГЛАВА 1

Рынок государственных закупок США: $700 млрд в год

Федеральное правительство США — крупнейший покупатель в мире. Ежегодно федеральные агентства тратят более $700 миллиардов долларов на товары и услуги от частных компаний. Это больше ВВП Нидерландов. И по закону минимум 23% этих денег должны получать малые бизнесы — то есть $161 миллиард только для компаний из small business категории.

Почему большинство предпринимателей игнорируют этот рынок: кажется сложным, бюрократическим, доступным только «своим». Это миф. Система государственных закупок США — одна из наиболее прозрачных и документированных в мире. Каждый контракт публикуется. Каждое требование — публично. Каждый победитель тендера виден. Барьер — не связи, а знание системы.

Ключевые платформы: SAM.gov (System for Award Management) — единый реестр поставщиков и площадка поиска контрактов. Регистрация в SAM.gov обязательна для всех, кто хочет работать с федеральным правительством. USASpending.gov — база данных всех заключённых контрактов (кто, сколько, за что получил деньги). SAM.gov/opportunities — доска объявлений тендеров, открытая для всех.

Типы закупок: контракты (contracts) — прямая оплата за товары/услуги. Гранты (grants) — финансирование деятельности, не требующей прямой поставки. Cooperative agreements — гибридный формат. В этой книге фокус на контрактах — самом доступном формате для малого бизнеса.

Кто покупает: Министерство обороны (DoD) — самый крупный покупатель, 35%+ всех закупок. Общие административные услуги (GSA). Министерство здравоохранения (HHS). NASA, Министерство энергетики,

Министерство внутренней безопасности. Каждое агентство имеет собственный офис по контрактам и собственные приоритеты.

Почему это реально для малого бизнеса: set-aside программы резервируют контракты только для малых компаний. «Большие» не могут участвовать. Для контрактов до $250,000 конкуренция минимальна. Многие контракты размещаются методом «sole source» — прямое назначение без тендера — для компаний у которых уже есть преимущественный статус.

Что нужно чтобы начать: зарегистрироваться в SAM.gov, получить UEI и CAGE Code, понять свои коды NAICS, получить Small Business сертификат, написать Capability Statement. Всё это можно сделать за 2–4 недели.

Первый год реалистичные ожидания: большинство новых government contractors выигрывают первый контракт через 6–18 месяцев после регистрации. Первые контракты обычно небольшие ($5,000–$50,000). Они дают Past Performance — опыт, который критичен для крупных тендеров. Через 2–3 года активной работы реально выйти на $500,000–$2M в год от государственных контрактов.

ГЛАВА 2

Регистрация в SAM.gov: шаг за шагом

SAM.gov — System for Award Management — это федеральная платформа, без регистрации в которой невозможно получить ни один правительственный контракт или грант. Регистрация бесплатна, занимает 1–2 часа, но нужно делать её тщательно — ошибки в данных могут заблокировать вашу компанию.

Что нужно перед началом: EIN (налоговый номер компании от IRS). DUNS Number или будьте готовы что SAM автоматически назначит UEI при регистрации. Данные банковского счёта (ABA routing number, account number) для получения платежей по контрактам. Юридический адрес компании. Информация о структуре собственности (кто владеет более 25%).

Создание аккаунта на login.gov: SAM.gov использует login.gov для аутентификации. Создайте аккаунт на login.gov с вашим email. Включите двухфакторную аутентификацию — это обязательно. Затем войдите в SAM.gov через login.gov.

Процесс регистрации сущности (Entity Registration): Purpose of Registration — выберите «Federal Assistance Awards» и «All Awards» если хотите и контракты и гранты. Core Data: юридическое название точно как в документах штата. Физический адрес (не PO Box). EIN и тип бизнеса (LLC, Corporation, etc.). Assertions: коды NAICS (до 31 кода), размер бизнеса для каждого кода (Small или Large). Representations and Certifications: 200+ вопросов о вашей компании. Большинство — простые Да/Нет. Важнейший раздел — это юридическое свидетельство о соответствии правилам. Financial Information: банковские реквизиты для EFT (electronic funds transfer). Points of Contact: контактные лица по контрактам.

UEI — Unique Entity Identifier: с 2022 года DUNS заменён на UEI. При регистрации в SAM.gov система автоматически назначает UEI (12-значный буквенно-цифровой код). Если у вас

есть старый DUNS — он конвертируется в UEI автоматически. UEI — это ваш новый идентификатор в системе госзакупок.

CAGE Code — Commercial And Government Entity Code: 5-значный буквенно-цифровой код, присваивается DoD автоматически после активации SAM регистрации. Занимает 3–10 рабочих дней. CAGE Code нужен для работы с военными контрактами. Без CAGE некоторые DoD контракты недоступны.

Активация и ежегодное обновление: после заполнения всех разделов SAM.gov проверяет данные (1–3 рабочих дня для новых, до 10 дней для обновлений). После активации ваша регистрация действует 1 год. Обновление нужно делать ЕЖЕГОДНО — истёкшая регистрация автоматически дисквалифицирует вас от новых контрактов.

Критические ошибки при регистрации: расхождение названия компании с IRS записями (частая причина задержек). Использование PO Box вместо физического адреса. Неверные банковские реквизиты (проверьте дважды — ошибка означает что деньги пойдут не туда). Неправильные коды NAICS (об этом — следующая глава). Не обновлять регистрацию ежегодно.

SAM.gov хелпдеск: если возникают проблемы, звоните в Federal Service Desk: 1-866-606-8220. Или создайте тикет на fsd.gov. Среднее время ответа — 1–3 рабочих дня. Многие проблемы с регистрацией решаются именно через хелпдеск.

ГЛАВА 3

Коды NAICS и правильная классификация

NAICS (North American Industry Classification System) — это американская система классификации видов деятельности. В SAM.gov вы выбираете коды NAICS которые описывают ваши услуги — и именно по этим кодам агентства находят вас при поиске поставщиков. Правильный выбор кодов NAICS напрямую определяет сколько тендеров вы видите и на сколько можете участвовать.

Как устроена система: каждый 6-значный код NAICS описывает конкретный вид деятельности. Для каждого кода SBA установил размерные стандарты (size standards) — максимальная выручка или количество сотрудников для признания «малым бизнесом». Компания которая «малая» по одному коду может не быть малой по другому.

Примеры кодов и их размерных стандартов: 541511 Custom Computer Programming Services — $34M выручки для small business. 541512 Computer Systems Design Services — $34M. 541519 Other Computer Related Services — $34M. 541611 Administrative Management Consulting — $18.5M. 541614 Process, Physical Distribution, and Logistics Consulting — $18.5M. 541690 Other Scientific and Technical Consulting — $18.5M. 561320 Temporary Staffing Services — $41.5M. 237310 Highway, Street, and Bridge Construction — $45M.

Как выбирать коды: не ограничивайтесь одним кодом. SAM.gov позволяет добавить до 31 кода NAICS. Добавьте все коды которые хотя бы частично описывают ваши услуги — это расширяет видимость. Используйте NAICS.com или census.gov/naics для поиска подходящих кодов. Смотрите коды конкурентов на USASpending.gov — найдите компании схожего профиля, посмотрите их NAICS.

Primary NAICS Code: самый главный код — тот, который лучше всего описывает основную деятельность. Именно по нему определяется ваш основной small business статус. Выбирайте код с наиболее высоким размерным стандартом чтобы оставаться в категории малого бизнеса как можно дольше.

Ошибки при выборе кодов: слишком широкий код (например, 541990 «All Other Professional Services») вместо специфического — теряете релевантность. Слишком узкий единственный код — пропускаете контракты. Не обновлять коды при изменении деятельности компании.

PSC коды (Product and Service Codes): помимо NAICS, контракты классифицируются по PSC кодам — более детальная классификация конкретных продуктов и услуг. PSC коды указываются в тексте тендера. При поиске на SAM.gov используйте и NAICS и PSC для точного поиска.

Соответствие размерным стандартам: SBA считает размер бизнеса в среднем за последние 3 года. Если выручка растёт — следите за тем чтобы не превысить лимит. Превышение означает автоматическую дисквалификацию из set-aside тендеров. Но: получение контракта когда вы были «малым» дискредитирует вас только если выручка превысила лимит к моменту подачи заявки, а не за всё время выполнения.

SBA Size Standards Tool: используйте онлайн-инструмент SBA (sba.gov/size-standards) чтобы точно определить свой статус для каждого кода NAICS. Вводите свой код и выручку — система скажет small или large.

ГЛАВА 4

Set-Aside программы: ваше конкурентное преимущество

Set-aside контракты — это тендеры, в которых могут участвовать только компании с определённым статусом. Это не преимущество — это монополия. Если у вас есть SDVOSB статус и тендер помечен как SDVOSB set-aside, только такие компании как вы могут выиграть. Крупные корпорации автоматически исключены.

Основные программы set-aside:

Small Business Set-Aside (SBA): автоматически доступна всем зарегистрированным малым бизнесам. Не требует отдельной сертификации. Контракты до $250,000 автоматически выставляются как small business set-aside. По закону 23% всех федеральных закупок должны идти малому бизнесу.

8(a) Business Development Program: для социально и экономически неблагополучных предпринимателей. Преимущества: sole-source контракты до $4.5M (сервисы) и $7M (производство) без тендера — вам просто предлагают контракт. Участие в эксклюзивных тендерах. Менторство и бизнес-поддержка от SBA. Требования: SBA должна одобрить ваш 8(a) статус. Доход владельца <$750K/год, чистые активы <$6M. Срок программы: 9 лет.

SDVOSB (Service-Disabled Veteran-Owned Small Business): для ветеранов с боевыми ранениями. VA (Министерство по делам ветеранов) обязано размещать минимум 12% своих контрактов через SDVOSB. Sole-source контракты до $5.5M (сервисы) / $11.5M (производство). Верификация через SBA VetCert.

WOSB (Women-Owned Small Business): для компаний принадлежащих женщинам (51%+). 5% от всех федеральных контрактов резервируется для WOSB. Сертификация через SAM.gov (self-certification) или через одобренные организации

(WBENC, SBA). EDWOSB статус (Economically Disadvantaged WOSB) даёт доступ к ещё более эксклюзивным тендерам.

HUBZone (Historically Underutilized Business Zone): для бизнесов расположенных в исторически недостаточно развитых районах (список на SBA.gov). 3% всех контрактов. Требование: 35% сотрудников должны жить в HUBZone. Сертификация через SBA, обновляется ежегодно.

Как получить несколько статусов: один бизнес может одновременно иметь SDVOSB + 8(a) статусы, или WOSB + HUBZone. Каждый дополнительный статус расширяет доступ к set-aside тендерам. Ветеран-женщина с бизнесом в HUBZone имеет доступ ко всем четырём программам.

Практика sole-source контрактов через 8(a): после получения 8(a) статуса активно контактируйте с Contracting Officers (CO) в целевых агентствах. CO имеют право выдать вам контракт напрямую без тендера если сумма укладывается в лимиты и ваш бизнес соответствует потребности. Это не коррупция — это законный инструмент программы. Тысячи 8(a) компаний ежегодно получают sole-source контракты именно так.

Микро-закупки и Simplified Acquisition Threshold: контракты до $10,000 — «micropurchases» — CO может разместить без каких-либо конкурсных процедур напрямую у любого зарегистрированного поставщика. Это отличная точка входа. Контракты $10,000–$250,000 — Simplified Acquisition — упрощённые процедуры.

ГЛАВА 5

Поиск контрактов: SAM.gov и USASpending.gov

Знать о системе госзакупок — мало. Нужно знать как находить контракты которые соответствуют вашим возможностям. SAM.gov содержит тысячи активных тендеров одновременно — без умения фильтровать вы потонете в нерелевантных объявлениях.

SAM.gov/opportunities — доска тендеров: бесплатная, публичная, обновляется ежедневно. Фильтры: тип объявления (Pre-solicitation, Solicitation, Award, Intent to Bundle). Set-aside тип (Small Business, SDVOSB, etc.). NAICS код. Агентство. Место исполнения. Дата публикации. Расчётная сумма контракта.

Алёрты SAM.gov: создайте сохранённый поиск с вашими кодами NAICS и фильтрами. SAM.gov будет отправлять email уведомления когда появляются новые тендеры. Это обязательный инструмент — проверять доску вручную каждый день нереально.

Стратегия поиска: начните с NAICS кодов вашей компании + Small Business filter + ваш регион. Это даёт базовый список. Затем расширьте: уберите региональный фильтр (многие контракты выполняются удалённо). Добавьте смежные NAICS коды. Включите Pre-solicitation notices — это тендеры которые будут объявлены в ближайшее время, можно подготовиться заранее.

USASpending.gov — разведка конкурентов: это золотая жила. Здесь видны ВСЕ заключённые контракты: кто получил, сколько денег, от какого агентства, на что. Стратегия: найдите контракты по вашим NAICS кодам и целевым агентствам. Посмотрите кто их выиграл. Это ваши конкуренты. Изучите их сайты и capability statements. Найдите контракты которые

скоро истекают (re-compete) — это ваша возможность.

Contractor Performance Assessment Reporting System (CPARS): после выполнения каждого контракта агентство оценивает подрядчика в CPARS. Оценки видны другим агентствам при оценке заявок. Хорошие CPARS оценки — ваше главное конкурентное преимущество. Это «прошлый опыт» (Past Performance) о котором позже.

GovWin IQ и Deltek: платные системы ($5,000–$20,000/год) которые агрегируют данные SAM.gov, добавляют аналитику и прогнозируют будущие закупки. Полезны для зрелых government contractors. На старте — избыточны.

Bidnet Direct и BGov: промежуточные варианты ($200–$1,000/год) которые упрощают поиск и уведомления. Подходят для начинающих.

Логика разведки перед подачей заявки: перед тем как тратить время на предложение, ответьте на вопросы: кто сейчас выполняет этот контракт (re-compete или новый)? Почему победитель победил (смотрите CPARS и официальные документы award)? Есть ли у нас реальные преимущества перед текущим исполнителем? Какой бюджет агентства на это направление (USASpending даёт исторические данные)?

Targeted Agency Approach: вместо того чтобы рассылать заявки везде, выберите 2–3 агентства и изучите их досконально: каковы их приоритеты, какие Small Business Liaisons там работают, что покупали последние 3 года. Станьте экспертом по этим агентствам — это даст конкурентное преимущество.

ГЛАВА 6

Capability Statement: ваша визитка в госзакупках

Capability Statement — это одностраничный (реже двухстраничный) документ который описывает что ваша компания умеет делать для правительства. Это главный маркетинговый инструмент в мире государственных закупок. Contracting Officer'ы получают сотни запросов — Capability Statement помогает быстро оценить подходит ли вам данный контракт.

Структура Capability Statement: Company Overview (2–3 предложения): кто вы, что делаете, сколько лет на рынке. Core Competencies (5–8 пунктов): конкретные услуги/продукты которые вы предлагаете правительству. Differentiators (3–5 пунктов): что отличает вас от конкурентов. Past Performance (3–5 примеров): реальные контракты или аналогичный коммерческий опыт с цифрами. Company Data: UEI, CAGE Code, NAICS коды, размер бизнеса, set-aside статусы, DUNS (если ещё используется), SIC коды, DBE/MBE/WBE статусы.

Core Competencies — что писать: не абстрактные слова («качественные решения», «индивидуальный подход»), а конкретные услуги. Пример плохо: «Comprehensive IT Solutions». Пример хорошо: «Agile Software Development (NAICS 541511) — Full-stack web and mobile application development with AWS, Kubernetes, and microservices architecture». Каждая competency — это ответ на конкретный контрактный запрос.

Differentiators — как выделиться: сертификации (ISO 9001, CMMI Level 2, FISMA Moderate). Специализированный опыт (мы единственная 8(a) компания с опытом в X). Географическое присутствие. Patented technology. ClearanceReady персонал (люди с Secret clearance). Быстрое масштабирование (от 5 до 50 человек за 30 дней). Ценовое

преимущество (30% дешевле крупных интеграторов за счёт low overhead).

Past Performance без правительственного опыта: первые заявки часто проваливаются на прошлом опыте. Решение: использовать коммерческий аналог. «Разработали ERP систему для 500-сотрудниковой производственной компании — масштаб и сложность сопоставимы с государственным требованием». Конкретные цифры: бюджет проекта, сроки, результаты. «Выполнили на 2 недели раньше срока, бюджет не превышен».

Дизайн и формат: профессиональный дизайн важен — правительственные CO видят сотни Capability Statements. Логотип компании. Чистый, читаемый макет. Цветная печать или PDF для email. Формат: одна страница для первичного знакомства, две для детальных RFI ответов. Фото команды помогает «очеловечить» компанию.

Адаптация под каждый тендер: не рассылайте универсальный документ. Для каждого крупного тендера или агентства адаптируйте Capability Statement: выведите на первый план релевантные компетенции. Используйте терминологию из SOW (Statement of Work) агентства. Упомяните конкретные программы или проекты агентства.

Как доставить Capability Statement: Email Contracting Officer'у за 30–90 дней до ожидаемого тендера. Приложите сопроводительное письмо на полстраницы: «Мы следим за вашей программой X, хотим представиться, вот наш Capability Statement». На Industry Days и Small Business outreach events. Через Small Business Liaison Officer агентства (у каждого крупного агентства есть OSDBU — Office of Small and Disadvantaged Business Utilization).

ГЛАВА 7

SBIR и STTR: $4 млрд для технологических компаний

SBIR (Small Business Innovation Research) и STTR (Small Business Technology Transfer) — это федеральные программы которые выделяют $4 миллиарда в год на НИОКР-контракты для малых технологических компаний. В отличие от стандартных контрактов, SBIR не требует прошлого опыта в государственных закупках — только научно-технический потенциал.

Структура SBIR программы: Phase I — доказательство концепции. Финансирование $150,000–$350,000 на 6–12 месяцев. Конкурс на лучшую научно-техническую идею. Phase II — разработка прототипа. Финансирование $750,000–$2M на 2 года. Только компании прошедшие Phase I (или Direct to Phase II в некоторых агентствах). Phase III — коммерциализация. Нет лимита финансирования. Нет конкурса — прямой контракт если технология успешна.

Какие агентства участвуют: DoD (крупнейший участник, >$2B/год), NIH, NASA, DOE, NSF, EPA, USDA, DoEd, DHS. Каждое агентство публикует свои SBIR топики — конкретные технологические задачи которые они хотят решить.

Как найти топики: sbir.gov — централизованный портал всех SBIR/STTR программ. Фильтрация по агентству, ключевым словам, дате закрытия. Подписка на уведомления для вашей области.

Почему SBIR привлекателен для стартапов: не нужен прошлый опыт в госзакупках — только компетентность команды. Нет требований к выручке или минимальному возрасту компании. Финансирование без размытия доли — в отличие от венчурного капитала. Phase I и Phase II вместе = $2–$2.5M без equity dilution. После Phase II многие компании

привлекают VC — правительственный грант как «stamp of approval» резко повышает оценку.

Успешная SBIR заявка: Technical Approach (40–50% оценки) — детальное описание как вы решите технологическую задачу. Конкретные методологии, технологии, метрики успеха. Должно быть написано на уровне peer-reviewed статьи. Team/Qualifications (20%) — CV ключевых участников. PhD и публикации — большой плюс. Commercialization Plan (20%) — кто будет покупать технологию после правительства. Конкретные потенциальные клиенты, размер рынка, бизнес-модель. Facilities (10%) — оборудование и инфраструктура для выполнения работы.

SBIR хакеры — что реально работает: подать в несколько агентств с адаптированными версиями одной технологии (не запрещено). Посещать Industry Days агентства и разговаривать с Program Officers — это не нарушение, это research. Прочитать funded abstracts прошлых победителей по вашему топику на sbir.gov — понять что нравится конкретному агентству. Привлечь университетского соавтора — повышает научный авторитет заявки.

STTR vs SBIR: STTR требует партнёрства с университетом или nonprofit research institution. Минимум 30% работы должна выполнять компания, минимум 30% — университетский партнёр. Взамен — доступ к патентным технологиям и университетской инфраструктуре. Суммы финансирования аналогичны SBIR.

ГЛАВА 8

Написание предложения (Proposal) и оценка

Proposal (техническое и ценовое предложение) — это документ который определяет выиграете ли вы контракт. В отличие от гражданского B2B, в государственных закупках proposal оценивается по чётким критериям которые публикуются в тексте тендера. Зная систему оценки — можно целенаправленно работать на победу.

Анализ Request for Proposal (RFP): прежде чем писать — читайте. Внимательно. Разделы которые нужно изучить: Statement of Work (SOW) — что именно нужно делать. Evaluation Criteria (раздел M) — по каким критериям оценивают и их веса. Instructions to Offerors (раздел L) — как оформить предложение. CLINs (Contract Line Item Numbers) — структура цены. Past Performance requirements — какие примеры опыта нужны.

Типичная система оценки: Technical/Management Approach (30–40%). Past Performance (20–30%). Price/Cost (20–40%). Small Business Participation Plan (10–15% в некоторых контрактах).

Структура технического предложения: Executive Summary (1–2 страницы): почему именно вы должны получить контракт. Пишется последним. Technical Approach: детальное описание как вы будете выполнять каждый пункт SOW. Используйте те же термины что в SOW — буквально те же слова. Evaluation committee ищет соответствие SOW, не ваше красноречие. Management Approach: организационная структура, ключевой персонал (с CV), план коммуникации с заказчиком, контроль качества. Past Performance: 3–5 примеров предыдущего опыта. Формат: название контракта, агентство, сумма, сроки, описание работ, контакт для верификации, CPARS оценка (если есть).

Price/Cost Proposal: это отдельный документ. Для fixed-price контрактов — просто цена за deliverables. Для time-and-materials — почасовые ставки и количество часов. Для cost-reimbursement — детальный бюджет с обоснованием каждой статьи. Правило: цена должна быть реалистичной — и конкурентной. Слишком низкая цена вызывает подозрения («как вы выполните за эти деньги?»). Слишком высокая — проигрыш более дешёвым конкурентам.

Bid/No-Bid решение: не на каждый тендер стоит подавать заявку. Оцените: есть ли у нас реальные компетенции? Есть ли времени написать качественный proposal? Каковы наши шансы (кто конкуренты)? Если шансы <10% или нет ресурсов — лучше сфокусироваться на другом тендере. Proposal стоит $5,000–$50,000 в человеко-часах — это инвестиция.

Дебрифинг после отказа: если не выиграли — вы имеете право запросить debriefing у Contracting Officer'а. Он обязан объяснить почему ваша заявка не победила. Это бесплатный feedback для следующей заявки. Запрашивайте ВСЕГДА.

Формирование команды (Teaming): крупные контракты часто требуют возможностей которых нет у одной малой компании. Решение — Teaming Agreement: вы объединяетесь с другой компанией, одна становится Prime Contractor, другая — Subcontractor. Это легальная и распространённая практика. Prime получает контракт и отвечает перед агентством, Sub выполняет часть работы.

ГЛАВА 9

Построение отношений с Contracting Officers

Государственные закупки — это не просто бюрократические процедуры. За каждым контрактом стоят люди: Contracting Officers (CO), Program Managers (PM), Small Business Representatives. Бизнес который инвестирует в эти отношения выигрывает контракты значительно чаще.

Кто есть кто: Contracting Officer (CO) — юридически ответственный за контракт. Только CO может подписывать контрактные документы. CO руководствуется FAR (Federal Acquisition Regulation) и не может выходить за его рамки. Program Manager (PM) / Contracting Officer's Representative (COR) — технический заказчик. Говорит CO что нужно, но не может напрямую выдавать контракты. Relationships с PM часто важнее чем с CO. OSDBU (Office of Small and Disadvantaged Business Utilization) — специальный офис в каждом крупном агентстве который помогает малым бизнесам. Первая точка входа.

Как выстраивать контакты правильно: посещайте Industry Days и Small Business Conferences которые регулярно проводят агентства — это открытые мероприятия. Регистрируйтесь и задавайте вопросы о предстоящих контрактах. Small Business Outreach Events — отдельные встречи OSDBU с потенциальными поставщиками. Capability Briefings — вы просите 15-минутную встречу с OSDBU чтобы представить компанию. Большинство агентств проводят их регулярно.

Что говорить при первом контакте: не продавайте — изучайте. «Мы новая компания в сфере X, изучаем возможности работы с вашим агентством. Можете ли вы рассказать какие предстоящие закупки в нашей области? Что агентство ценит в поставщиках?» Такой подход открывает диалог. Прямое «дайте нам контракт» — закрывает дверь.

Вендорский аутрич — заходить через поставщиков которые уже работают с агентством: найдите на USASpending.gov кто сейчас выполняет контракты. Предложите им быть субподрядчиком — это легальный способ войти в агентство. После выполнения работы у вас появится Past Performance и знакомые CO/PM.

Частые ошибки при работе с CO: пытаться лоббировать по обходным путям (это нарушение FAR). Жаловаться на процесс вместо решения проблем. Не отвечать на запросы CO в течение 24 часов. Не выполнять обещания по срокам. Попытки давать подарки или приглашения на обеды (это может быть расценено как коррупция).

Past Performance as Social Proof: каждый выполненный контракт — это CPARS оценка. Просите PM ставить вам «Exceptional» а не просто «Satisfactory». Разница между этими оценками определяет победу в следующем тендере. После выполнения каждого контракта проводите формальный обзор с PM: что сделано хорошо, что можно улучшить. Это улучшает CPARS и строит отношения.

Долгосрочная стратегия: выберите 2–3 агентства и инвестируйте в долгосрочные отношения. Знайте их цикл бюджетирования (как правило октябрь–сентябрь). Следите за их стратегическими планами (Strategic Plans публикуются на сайтах агентств). Предлагайте White Papers о проблемах агентства — это позиционирует вас как эксперта ещё до тендера.

ГЛАВА 10

Ошибки и как их избежать

Путь в государственные закупки полон ловушек. Большинство новых government contractors делают одни и те же ошибки. Знание этих ошибок экономит месяцы и тысячи долларов.

Ошибка 1: Не обновлять SAM.gov регистрацию. Регистрация действует 1 год. Истёкшая регистрация — автоматическая дисквалификация. Поставьте напоминание за 60 дней до истечения. Обновление занимает 1–3 дня и требует актуальных данных.

Ошибка 2: Подавать заявки на всё подряд без стратегии. «Spray and pray» — худший подход. Каждый proposal требует значительных ресурсов. Лучше подать 3 качественные заявки чем 15 слабых. Оценивайте каждый тендер по системе Win Probability × Contract Value.

Ошибка 3: Игнорировать Amendment'ы. После публикации тендера CO часто выпускает поправки (amendments) — уточнения требований, ответы на вопросы других участников. Если не следить за amendments и подать предложение по устаревшему тексту — могут отклонить как Non-Compliant.

Ошибка 4: Неправильный размер бизнеса. Если вы превысили size standard для вашего NAICS кода — вы НЕ можете претендовать на small business set-aside. Подача при превышении лимита — это федеральное мошенничество. Регулярно проверяйте свой статус.

Ошибка 5: Отсутствие Past Performance. Многие новые компании не могут выиграть контракт из-за отсутствия Past Performance в государственном секторе. Решение: начать с субподрядного участия через Teaming Agreement. Или с микро-закупок ($10,000 и меньше) где Past Performance не требуется. Или через 8(a) sole-source контракты.

Ошибка 6: Недооценить время исполнения. Government contractors нередко недооценивают сложность исполнения по сравнению с коммерческим сектором. Правительственные контракты требуют: детальной документации каждого действия. Строгого соблюдения сроков. Compliance с десятками регуляций FAR. Если не готовы — задержки и плохие CPARS оценки разрушат репутацию.

Ошибка 7: Завышение цены относительно рынка. Правительство публикует Independent Government Cost Estimates (IGCE) — сколько они планируют заплатить. Если ваша цена значительно выше — проигрыш. Исследуйте рыночные ставки через GSA Rate Cards и аналогичные контракты на USASpending.gov.

Ошибка 8: Не использовать GSA Schedule. GSA Multiple Award Schedule — pre-negotiated контракты с GSA по которым любое агентство может заказать у вас без полного тендерного процесса. Получение GSA Schedule занимает 3–12 месяцев, но открывает упрощённый доступ к $40B+ в ежегодных закупках.

Путь к успеху: первый год — регистрация, изучение рынка, субподрядные позиции. Второй год — первые прямые контракты, формирование Past Performance. Третий год — специализация, повторные контракты, рост. Пятый год — установленный government contractor с предсказуемым портфелем.

Что дальше

Спасибо, что прочитали «SAM.gov и государственные контракты США».

Обновления этой книги, файлы EPUB и PDF и все гайды серии — на странице книги: guides.mmix.biz/samgov

Если нужна помощь специалистов по теме «Регистрация в SAM.gov: UEI, NCAGE»: Legal Solutions — legal.ua.

Максим Степаненко, Innova Publishing.