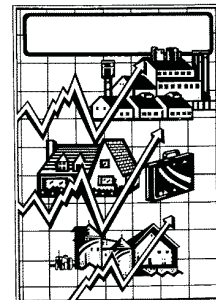


# РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ



**П.А. КАПИТУЛА, Т.В. КАСЬЯНОВА**

---

## *ТЕНДЕР: СУЩНОСТНЫЕ ПРИЗНАКИ И ИХ СТРУКТУРА*

---

Можно считать общепризнанным, что генетические корни тендера как экономического явления произрастают в отношении обмена товарными эквивалентами. В опубликованных работах, насколько нам известно, никто не подвергает сомнению мировой опыт осуществления государственных закупок товаров на тендерной основе.

Исторически тендерная форма проявления отношения товарно-денежного обмена возникла еще в простом товарном производстве, т.е. задолго до становления капиталистического товарного производства. Из истории Российского государства известно, что уже при Петре I начали зарождаться основы цивилизованных тендерных закупок как на внутреннем, так и международном рынке разнообразных материалов, вооружений, морских кораблей и строительной продукции для нужд модернизируемого им государства.

И как это ни парадоксально, но и спустя много лет тендер как экономическое явление все еще остается непознанным, т.е. «вещью в себе». Здесь даже вряд ли уместно сказать, что в экономической науке отсутствует единство взглядов на содержательную трактовку понятия «тендер». Из истории развития теории познания известно, что даже при отсутствии полного единства взглядов, как правило, достигается единство взглядов хотя бы на наиболее значимые сущностные признаки исследуемого явления.

В российских и отечественных словарях современных экономических и правовых терминов понятие «тендер» рассматривается с разных сторон: как письменное предложение, заявка, оферта; заявление о подписке на ценные бумаги, торги; извещение о намерении поставить товар по срочному контракту; средство предложения облигаций или казначейских векселей на рынке; приглашение поставщикам предложить товар или оборудование, отвечающее установленным требованиям; конкурсная форма размещения заказа на закупку на рынке оборудования или привлечения подрядчиков для сооружения комплексных объектов и выполнения других работ, включая инжиниринг; цена, предложенная предприятием; запрос о возможностях и условиях ремонта судна, высылаемый судоремонтным фирмам; международный торг [1, 214, 622, 816].

В рассматриваемой трактовке понятия «тендер» не содержится даже намёка на его содержание. Не заметить подмену понятия «тендер» другими понятиями просто невозможно. Вместе с тем приведенные понятия четко указывают на

---

*Петр Андреевич КАПИТУЛА, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления Белорусского государственного экономического университета;*

*Татьяна Владимировна КАСЬЯНОВА, аспирантка кафедры экономики и управления Белорусского государственного экономического университета.*

генетические корни тендера как экономического явления. Ведь термины «приглашение поставщикам предложить товар», «заявление о подписке на ценные бумаги», «размещение заказа на закуску товаров» в явной форме указывают на отношение товарно-денежного обмена. В толковом словаре «Оксфорд Пресс» понятие «тендер» рассматривается следующим образом: «*tender* — 1) предлагать, представлять; 2) сделать предложение о поставке предметов или выполнении работ (*make a tender for supply of thing or execution of work*); предложение; *спец.* письменное предложение выполнить работу или поставить товары по фиксированной (твердой) цене; (*put out to tender* — выставить на тендер; искать предложения касательно, например, выполнения работ)» [2, 1101]. В рассматриваемой трактовке отсутствует прямое отождествление понятия «тендер» с такими общеизвестными понятиями, как «конкурс», «торги». Однако по своей сути она ничем не отличается от рассмотренной выше, так как только указывает на генетические корни понятия «тендер».

В последние годы во многих российских и белорусских источниках, включая законодательные и нормативно-правовые акты, понятие «тендер» рассматривается как английский аналог понятия «конкурс» [3, 14]. Но в этом понятии, являющимся цивилизационными, нет ничего экономического. Вопреки всяким домыслам оно отражает всего лишь особый порядок или особую процедуру достижения поставленной цели или (и) решения определенной задачи. Именно поэтому конкурса «вообще» не бывает. Он всегда опредмечен и конкретен (например, инвестиционный конкурс, конкурс на замещение вакантной должности, конкурсный прием в высшие и средние специальные учебные заведения, конкурс исполнителей музыкальных произведений и др.). Учитывая, что понятия «конкурс» и «конкуренция» имеют общий корень латинского происхождения «*concur*», логично предположить, что все конкурентные формы торговли товарами (например, биржевая, аукционная, тендерная и др.) являются действительно конкурсными. Осталось, как говорится, самая малость — определиться с экономическим содержанием тендерного или любого другого конкурса.

Уместно заметить, что вряд ли возможно понять и тем более объяснить логику белорусского законодательства, сохранившего понятие «тендер» применительно к размещению заказа на выполнение подрядных работ наряду с внедренным понятием «конкурс».

В руководящих документах международных организаций (ООН, Всемирного банка, ВТО и др.) тендер рассматривается как организационная процедура, состоящая из нескольких взаимосвязанных организационных процедур [3–5]. Последние действительно являются сущностными признаками любой организационно-экономической формы проявления того или иного производственного отношения на поверхности хозяйственной жизни. Но организационные признаки не являются родовыми, генетическими, т.е. сущностями первого порядка. В отрыве от родовых организационные признаки нередко становятся следствием субъективно-психологических оценок чиновничьего аппарата, причастного к тендерным закупкам.

Статьей 417 Гражданского Кодекса Республики Беларусь определено: «Торги (тендер) проводятся в форме аукциона или конкурса» [6, 524]. При этом понятие «торги» содержательно не раскрывается, что не помешало постулировать конкурсную и аукционную формы их проявления. В конечном счете, как говорится, мы имеем то, что имеем: конкурс и аукцион. Только в одном случае конкурс и аукцион рассматриваются как различные формы торгов, а в другом — как формы проявления только тендерных торгов.

Для того чтобы продвинуться в нашем исследовании, четко определимся с понятием «торги».

Понятие «торги» происходит от русского «торговать», или, что одно и то же, «покупать» и «продавать». Но торговля или покупка и продажа может быть как конкурентной, так и неконкурентной.

Очевидно, что купля-продажа товаров на основе двухсторонних переговоров, как в устной, так и в письменной форме, не может быть признана конкурентной. Оценка характера купли-продажи при условии многосторонних переговоров не так очевидна, так как не существует объективной возможности узнать и показать, что третье лицо руководствовалось своими экономическими интересами и не находилось в сговоре с одной из двух переговоривающихся сторон.

В руководящих материалах международных организаций рассматривается возможность в особо оговоренных случаях заключать контракты «*на поставку товаров*» на основе конкурентных переговоров. Так, директива Европейского союза 18/2004/ЕС (article 29) определяет применение процедуры конкурентного диалога в случае особо сложных контрактов [7, 135]. К сожалению, ни в руководящих материалах, ни в законодательстве не содержится ответа на вполне логичные вопросы: что такое «особо сложные контракты»?; что такое конкурентный диалог и чем он отличается от неконкурентной торговой сделки на переговорной основе? Признание конкурентного диалога есть, на наш взгляд, правовая форма легализации неконкурентных и прежде всего коррупционных сделок.

Конкурентная форма торговли отражается понятием «торги». Как существительное слово «торги» имеет только множественную форму выражения, но последняя означает не сумму отдельных актов (операций) купли-продажи, а участие многих лиц в одном и том же торговом акте. Тендерного, аукционного, биржевого торга не бывает, бывают только тендерные, аукционные и биржевые торги. Логически напрашивается вывод, что понятие «торги» есть форма отражения на поверхности хозяйственной жизни отношения товарного обмена, характеризующегося участием в нем (отношении) многих лиц (не менее двух покупателей или продавцов *с одной стороны*).

Приведенная выше содержательная трактовка торгов только как конкурентной формы торговли, безусловно, весьма ограничена, бедна, так как по своей сути она лишь четко разграничивает конкурентную и неконкурентную форму купли-продажи. Ограниченность приведенной трактовки торгов обусловлена еще и тем, что конкретные субъекты отношения товарного обмена и, следовательно, торгов представлены в ней весьма абстрактным множеством лиц, а по сути множеством «безликих» лиц. Структуризация субъектов по их месту и роли в торгах и в самом отношении обмена, а также по их роли в организации конкурентной торговли позволяет выделить специфические формы торгов. Таковыми, как свидетельствует исторический опыт, являются тендерные, аукционные, биржевые и сетевые (розничные) торги.

Специфические конкурентные формы торговли (купли-продажи), или формы торгов, указывают на несостоятельность как отождествления понятий «тендер» и «торги», так и выделения в торгах только конкурсной и аукционной форм.

Известно, что участие многих продавцов и покупателей в одном акте купли-продажи возможно при прочих равных условиях только там и тогда, где и когда-либо имеется объективная оперативная информация о состоянии спроса и предложения на том или ином рынке того или иного товара либо имеется возможность оперативно получить такую информацию. Данная информация представляется участникам рынка посредством ее опубликования в средствах массовой информации, специализированных бюллетенях и журналах, а также на сайтах организаторов торгов в сети Интернет и посредством наружной рекламы.

Отсюда логически следует, что понятие «торги» есть не только конкурентная форма торговли, но и ее публичная форма. И хотя конкурентность и публичность любых торгов (тендерных, биржевых, аукционных и сетевых) являются взаимосвязанными признаками, по своему характеру и значимости они все-таки различны.

Конкурентность в отношении товарного обмена является его родовым, генетическим признаком, а публичность — всего лишь организационно-экономическим признаком, т.е. сущностью более низкого порядка. В отрыве же от конкуренции публичность и вовсе становится организационно-технической стороной любых торгов, включая и тендерные.

Публичность любых торгов объективно исключает имеющие нередко место попытки рассмотрения тендера то как письменного предложения, то как письменного предложения с фиксированной ценой, то как заявки, то как оферты. Логично задаться вопросами: разве письменное предложение есть публичная форма представления информации, разве предложение как письменное, так и устное может не иметь конкретного адресата, разве понятие «предложение» тождественно понятию «объявление»? Отрицательный ответ на все поставленные вопросы вполне соответствует требованиям формальной логики и здравому смыслу.

Письменное предложение одному или весьма ограниченному кругу конкретных субъектов, содержащее все необходимые условия сделки, включая и фиксированную цену, делает, как правило, не покупатель, а производитель товара. При этом производитель связывает себя обязательством в течение оговоренного им срока акцепта его предложения (например, 30 дней) не делать такого же предложения другим субъектам. Именно такое письменное предложение на поверхности хозяйственной жизни, как свидетельствует мировой опыт, отражается понятием «оферта».

Особого внимания и рассмотрения заслуживает положение, согласно которому письменное предложение с фиксированной ценой в адрес организатора тендерных торгов есть оферта. Это обусловлено, во-первых, тем, что это положение является не только предметом научного обсуждения, но и образовательным стандартом, так как оно содержится в учебниках для студентов экономических специальностей высших учебных заведений. Во-вторых, данное положение сводится не к формальному отождествлению понятий «тендер» и «оферта», а к рассмотрению последней одним из сущностных признаков тендера. По мнению авторов учебника «Курс международного торгового права», «Тендер (конкурс) происходит на основе анализа собранного организатором тендера определенного количества оферт» [8, 155].

Трудно сказать, чем руководствовались авторы этого положения. Ведь само собой разумеется, что письменные предложения с фиксированной ценой бывают разные. Письменное предложение конкретного льнокомбината в адрес конкретной швейной компании поставить партию льняной ткани определенного артикула по конкретной цене является действительно офертой. Но точно такое же письменное предложение того же льнокомбината в адрес тендерного комитета той же швейной компании является всего лишь одной тендерной процедурой, т.е. одним из организационных сущностных признаков тендера. Сам по себе этот признак в форме письменного предложения с фиксированной ценой никакого экономического отношения не отражает и поэтому не может рассматриваться как оферта. К тому же и по экономическим последствиям одинаковость (тождественность) данных письменных предложений только кажущаяся.

Письменное предложение тендерного типа только формально считается обязательственным, так как его субъект может *в любое время* не только *изменить или* снять свое предложение, но и отказаться от заключения тендерного контракта в случае акцепта его предложения. Ответственность субъекта этого письменного предложения измеряется только незначительной суммой обеспечения тендерного предложения. Письменное предложение офертного типа в случае его акцепта обязывает и продавца, и покупателя принять это предложение, т.е. заключить офертное соглашение (договор) и выполнить его на тех условиях, которые содержались в письменном предложении.

Приведенные аргументы, на наш взгляд, убедительно свидетельствуют о несостоятельности отождествления письменных предложений с фиксирован-

ной ценой офертного и тендерного типа. Ниже будет обосновано положение о начальной тендерной цене заказчика, которое в принципе исключает даже попытку такого отождествления.

Проведенный критический анализ литературных источников убедительно свидетельствует, что тендер как экономическое явление остается «вещью в себе». «Если же речь идет о тендере то, как справедливо отмечает известный российский специалист в части закупок К.В. Кузнецов, все уже не столь однозначно, ...термин «тендер» используется в ряде законов и подзаконных актов, но нигде четко не определяется, ...к сожалению, серьезно терминологией конкурсных закупок пока никто не занимался» [9, 2]. И как следствие — многие проблемы сложного организационно-экономического механизма тендерных торгов имеют остро дискуссионный характер, а в законодательстве разных стран решаются на основе диаметрально противоположных подходов.

Закономерен вопрос: почему терминологическим аппаратом сложного организационно-экономического механизма тендерных закупок никто серьезно не занимается?

Очевидно, что однозначного ответа на поставленный вопрос не существует. Причин много. Анализ литературных источников дает основание считать одной из основных причин недопустимо большой отрыв экономической теории от практики хозяйствования. И подтверждением тому служат следующие факты.

Известно, спросу и предложению, конкуренции и ценообразованию ежегодно посвящаются сотни опубликованных работ, среди которых немало и работ монографического характера. Между тем ни в одной из них, насколько нам известно, не исследуются ни само отношение товарно-денежного обмена, ни специфические организационно-экономические формы его проявления на поверхности хозяйственной жизни, каковыми являются тендерные, биржевые, аукционные и сетевые торги.

Можно и даже следует ставить под сомнение любые теоретические выводы, если они не опираются на глубокий критический анализ и мировой опыт хозяйствования, а только постулируются. Ведь в отрыве от исторической практики нет и не может быть уверенности, что теория содержит в себе научный заряд для ее прогрессивного развития. Наука призвана не только объяснять мир, что стало весьма модным в экономической науке, но и прогрессивно изменять его.

Подтверждением могут служить редкие публикации по тендерным и другим торгам товарами, а также их весьма низкий теоретический уровень, который, как правило, сводится к игре в дефиниции. В этих работах рассматриваются действенность, эффективность, антикоррупционность организационно-правовых процедур торгов и конгломерат противоречивых предложений по их совершенствованию. Как справедливо заметил один из авторов такого рода работ, конкурс, а точнее, все-таки тендер стал похож на строительство пирамиды в Древнем Египте, которая в России будет призвана прославлять труд законодателей [10, 7].

Как известно, в пирамидах Древнего Египта без путеводаителя легко заблудиться. Экономическая теория (*экономикс*) таким путеводаителем, что очевидно, не стала. И не стала потому, что в ней не оказалось места ни для исследования экономических отношений и различных организационно-экономических форм их проявления, ни для субъектно-объектного подхода к исследованию экономических явлений.

В экономической теории субъектно-объектный подход подменен спросом и предложением, а все субъекты рассматриваются как конгломерат покупателей и продавцов. Но в спросе и предложении все субъекты похожи как близнецы-братья. Это тем более справедливо, что каждый покупатель является одновременно и продавцом, а каждый продавец является покупателем. Объекты же этих безликих субъектов имеют только общественную форму — форму товара, лишенную содержания.

Зададимся рядом вопросов в отношении субъектов отношения обмена.

1. Кто является организатором тендерных торгов? Сказать, что покупатель, равносильно тому, что не сказать ничего. Известно, что таким конкретным покупателем является государство как субъект публичного права.

2. Государственные закупки товаров на конкурсных и публичных торгах — демократический выбор или правовая обязанность? Очевидно, что правовая обязанность, так как государство осуществляет закупки не за свои деньги, а за деньги налогоплательщиков и должно расходовать их в интересах всего народа (всего общества).

3. Кто еще кроме государства должен или может быть организатором тендерных торгов? Очевидно, что все субъекты публичного права (общественные организации, общественные фонды и др.) должны по праву осуществлять закупку товаров на тендерных торгах.

4. Кто еще кроме субъектов публичного права может и (или) должен быть организатором тендерных торгов? Напрашивается очевидный ответ: все хозяйствующие субъекты, имеющие статус юридического лица, должны иметь право выступать организаторами тендерных торгов, если им это экономически выгодно, естественно по критерию эффективности. В действительности эти субъекты такого права не имеют.

5. Почему хозяйствующие субъекты при закупках товаров должны иметь право, а не нести правовую обязанность проводить тендерные торги? Только потому, что в отличие от субъектов публичного права они расходуют не чужие, а собственные средства. Но такой ответ верен в отношении только частных унитарных предприятий. Относительно же государственных унитарных предприятий и предприятий с коллективной формой их организации (ОАО, ЗАО, ООО, ОДО, производственные кооперативы, товарищества) такой ответ явно ошибочен.

Мировой хозяйственный опыт убедительно свидетельствует о всевозрастающей корыстной заинтересованности соучредителей и (или) топ-менеджмента, контролирующих финансовые потоки, в незаконном обогащении или присвоении так называемой инсайдерской ренты. Механизмы ее присвоения хорошо известны. Это и занижение цен на производимые товары, и завышение цен на покупные средства производства, и рейдерство, и уход от налогов, и денежные «откаты», и коррупционные сделки, и вывоз капитала, как правило, в оффшорные зоны. Выбор хозяйствующими субъектами с коллективной формой организации бизнеса неконкурентных и непубличных форм торговли наносит ущерб экономическим интересам партнеров по бизнесу и держателям народных акций и паев.

Из сказанного выше вытекает логический вывод, что управление корпоративным бизнесом, в том числе закупками и продажами товаров, должно быть публичным. Заметим, что публичность не противоречит демократическому выбору. Партнеры по бизнесу и держатели народных акций и паев имеют право рассчитывать на прозрачное ведение бизнеса, которое неотделимо от его публичности и конкурентности, тем более, что генетические корни публичности и конкурентности продаж и закупок товаров вытекают из объективных экономических интересов хозяйствующих субъектов и их учредителей и соучредителей.

Не сложно заметить, что материальный и объективный по своей сути экономический интерес каждого продавца, заключенный в тезисе о продаже товара как можно дороже, может быть реализован только на публичной и конкурентной продаже, изменяющей начальную продажную цену единицы потребительской стоимости товара только в сторону повышения\* .

Критерию достижения максимального уровня цены товара соответствуют только аукционные торги, организатором которых выступает не абстрактный

---

\*Сетевая (розничная) продажа товаров не рассматривается, так как хозяйствующие субъекты не покупают для производственных нужд потребительские товары.

продавец, а вполне конкретный производитель вполне конкретного продукта или (и) собственник вполне конкретного имущества.

Тезис о покупке товара как можно дешевле может быть реализован только на публичных и конкурентных торгах, где начальная закупочная цена единицы потребительной стоимости товара изменяется только в сторону понижения. Критерию достижения минимального уровня цены товара соответствуют только тендерные торги, организатором которых выступает специфический покупатель весьма специфического товара.

В отличие от аукционных и тендерных биржевые торги организуются не продавцами и не покупателями, а специфическими посредниками в лице биржевых маклеров, выполняющих отдельные торговые операции по поручению клиентов биржи в лице зарегистрированных на бирже продавцов и покупателей.

Для глубокого понимания сути публичных и конкурентных торгов только субъектного подхода еще не достаточно. Необходим субъектно-объектный подход. Без объекта нет субъекта. И наоборот, без субъекта нет и объекта. Очевидно, что организация публичной продажи и (или) закупки сама по себе не является условием, гарантирующим продавцу и (или) покупателю достижение их материальных интересов. Необходимо еще и наличие конкурентоспособного и при этом не абстрактного товара, а конкретного продукта, конкретной работы или услуги, потребительные свойства которых могут заинтересовать не менее двух их потенциальных покупателей в участии в публичных торгах.

Достаточно краткого и неглубокого анализа объектов товарно-денежного обмена, для того чтобы выделить среди них сугубо биржевые, сугубо аукционные и сугубо тендерные объекты. Несложно заметить что, например, производитель металлургического стана или робототехнического комплекса не выставит свой продукт с вполне конкретными свойствами, эксклюзивными для каждого хозяйствующего субъекта, ни на биржевые, ни на аукционные торги, а собственник картины «Черный квадрат» известного художника К. Малевича не выставит ее ни на биржевые, ни на тендерные торги.

В экономической теории и хозяйственной практике общепризнано, что биржевыми являются товары массового производства и спроса, обладающие такими признаками, как возможность стандартизации по качеству и количеству, а также по условиям хранения и транспортировки, не меняющие своих свойств при дроблении (например, драгоценные камни и металлы, прокат черных и цветных металлов, металлургическое сырье, химические удобрения, химические волокна, хлопок, ткани, листовой чай, кофе в зернах, продовольственное и фуражное зерно и др.).

В ходе теоретического анализа объектов отношения обмена и анализа опыта хозяйствования несложно выделить три большие группы специфических объектов, которые на биржевых и аукционных торгах не могут быть ни проданы, ни куплены. Эти специфические объекты являются сугубо тендерными.

К первой группе тендерных объектов относятся продукты труда, изготавливаемые только по заказу, например, сложное и специальное технологическое оборудование, технологический транспорт, нестандартное оборудование, подъемно-транспортное оборудование, сооружения, коммуникации.

Ко второй группе тендерных объектов относятся все выполняемые только по заказу работы (строительные, ремонтные, монтажные, изыскательские, проектные, научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические).

К третьей группе относятся исполняемые по заказу услуги нетехнологического характера (информационные, рекламные, консультационные, образовательные).

Несложно заметить, что всем перечисленным выше объектам тендерных торгов присущи уникальные потребительские свойства, дифференцируемые каждым отдельным заказчиком.

Известно, например, что даже типовые проекты жилых, офисных и промышленных зданий привязываются к конкретной местности и дорабатываются с учетом выбора каждым покупателем тех или иных строительных или отде-

лочных материалов и санитарно-технического оборудования и организации его производства, а также специфики системы мер по обеспечению пожарной и экологической безопасности.

Дифференцированные уникальные потребительские свойства сугубо тендерных продуктов, работ и услуг исключают, что очевидно, их идентификацию на рынке товаров и, следовательно, возможность определения их истинно рыночной цены. Нерыночных цен, как и нерыночных товаров, как известно, не бывает. Однако тендерные продукты, работы и услуги не производятся и не продаются по инициативе их производителей или по велению «невидимой руки» рынка. Они производятся только по заказу.

Специфическим уникальным свойством объектов тендерных торгов является также специфика их применения в производстве товаров. Она проявляется в том, что рассматриваемые продукты, работы и услуги не потребляются, а используются в процессе производства. Последнее обстоятельство указывает на то, что рассматриваемые объекты относятся к инвестиционным товарам, заказчиком которых выступает не просто абстрактный покупатель, а покупатель-инвестор. Логически напрашивается и весьма «революционный» вывод о несостоятельности действующего механизма списания затрат на нетехнологические услуги сторонних организаций на издержки производства товаров.

Итак, одной из важнейших сущностных сторон (признаков) тендерных торгов, как публичных и конкурентных по своей сути, является размещение заказа покупателем-инвестором на изготовление и поставку уникальных инвестиционных продуктов труда, работ и нетехнологических услуг, которые не могут быть идентифицированы на рынке товаров и цены на которые не могут быть истинно рыночными в их современной интерпретации. Рыночной, как известно, признается цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных товаров, а при их отсутствии — на рынке однородных товаров. Тендерные товары не имеют ни рынка идентичных, ни рынка однородных товаров, что обусловлено не только их уникальностью, но и недвижимым характером сложного технологического оборудования и строительной продукции, а также нематериальным характером работ, за исключением подрядных, и услуг.

Ключом к познанию тендерной группы товаров как биржевых и аукционных является субъектно-объектный подход к исследованию отношения обмена, а не специфического отношения между субъектами публичного и хозяйственного права. Отсюда логически следует, что даже самый глубокий системный анализ государственных закупок самого широкого круга товаров, начиная с солдатской шинели и разнообразных продуктов питания и заканчивая научно-исследовательскими работами, не способен привести ни к обнаружению этого ключика, ни к познанию как тендерной группы продуктов, работ и услуг, так и сущности тендера как экономического явления.

Этим объясняется отмеченная в начале статьи парадоксальность ситуации, характеризующейся, с одной стороны, наличием многовекового исторического опыта государственных тендерных закупок и, с другой стороны, непознанностью тендера как экономического явления.

Известно, что денежная оценка продуктов, работ и услуг является родовым сущностным признаком отношения товарно-денежного обмена и любых организационно-экономических форм его проявления. Остроту полемики вокруг проблемы цен наиболее полно обозначил заместитель директора ГУ «Институт макроэкономических исследований» Минэкономразвития России доктор экономических наук, профессор В.И. Смирнов в комментарии к Федеральному закону России № 94-ФЗ.

Он пишет: «В законе гипертрофирована роль начальной цены (максимальной цены — для котировок). Но если для торгов продавца начальная цена торгов экономически обоснована, то в торгах покупателя (в общественных закупках) — стратегическая ошибка. Закон № 94-ФЗ использованием начальной



цены по сути пытаются возродить утверждение государством цен на закупаемую государством продукцию в рыночных условиях. Такую бесперспективную попытку можно было бы простить лет 15 назад, но не сейчас. Теперь же, не имея объективной информации, — она только у поставщика, — заказчика призывают установить цену вместо него. Экономическая несостоятельность такого пути особенно наглядна, если взять нестандартную, единичную или мелкосерийную продукцию. Формирование заказчиком цены на такую продукцию похоже на прицеливание «пальцем в небо». От такой начальной цены сбежит любой добропорядочный поставщик» [10, 10].

Цитируемые строки, как, кстати, и некоторые другие публикации по данному вопросу, по своей сути сводятся к попыткам отстоять незыблемость известного теоретического положения, согласно которому начальная цена товара устанавливается только продавцом. При этом нет даже намека поставить под сомнение это общеизвестное теоретическое положение. Отсутствует и анализ опыта тендерных торгов в других странах, где уровень первоначальной цены устанавливается организатором тендерных торгов.

В актуализированном отчете Всемирного банка концепция «начальной цены заказчика» также рассматривается как возврат к практике государственного регулирования цен. «Эта концепция является отходом от общего принципа рыночной экономики, когда цена устанавливается рынком в условиях конкуренции» [11, 58].

Не вдаваясь в полемику, заметим, что цена устанавливается на рынке товаров консенсусным решением продавца и покупателя, но не мифическим рынком. Спрос и предложение, как и купля-продажа, есть единый акт с противоположными сторонами. Спроса не бывает без предложения, а предложения без спроса. Если руководствоваться только диалектическим единством двух сторон одного и того же акта, т.е. акта эквивалентного обмена, то цену может устанавливать субъект любой стороны, т.е. и продавец, и покупатель. Если же исходить из диалектически противоречивого единства этих сторон, то это противоречие разрешает только тот субъект, который берется за организацию публичных и конкурентных торгов. Данный вывод подтверждается мировым историческим опытом формирования аукционных и биржевых цен.

Минимальная начальная цена продавца — организатора аукционных торгов — есть инструмент не реализации абстрактного и бессодержательного, да к тому же еще и недемократического принципа, закрепляющего эксклюзивное право продавца устанавливать начальную цену, а разрешения диалектического противоречия между интересами продавца и покупателя. Ведь когда максимальную окончательную цену товара и максимальный доход продавца определяет не сам продавец, а покупатель его товара, то о противоречии их интересов говорить не приходится.

Сложнее обнаружить соответствие закону единства и борьбы противоположностей механизма формирования биржевых цен. Принято считать, что последние устанавливаются продавцами. Но это только кажется. Участники биржевых торгов не могут сами разрешить внутреннее противоречие, присущее рациональному экономическому поведению сторон, максимизирующих свои доходы. Продавец стремится максимизировать доход и соответственно цену товара, а покупатель — снизить собственные издержки и соответственно цену покупаемого товара.

Противоречие разрешается посредником в лице биржи с помощью такого действенного и эффективного инструмента, как котировальные цены. Котировки последней биржевой сессии выступают начальной средневзвешенной ценой и для продавцов, и для покупателей, участвующих в следующей биржевой сессии. При этом очевидно, что цены конкретных товаров не только могут, но и будут отклоняться от котировальных цен как в большую, так и в меньшую

сторону в зависимости от соотношения заявок покупателей и продавцов, т.е. спроса и предложения. Многовековой опыт использования биржевых котировальных цен в качестве начальных цен биржевых торгов является достаточно убедительным аргументом в пользу признания несостоятельности теоретического положения об установлении начальной цены товара только продавцом.

Следует отметить и несостоятельность утверждения о наличии только у поставщика, а точнее, у изготовителя-продавца объективной информации для определения цены товара. Именно на этом утверждении базируется принцип «издержки плюс» как принцип формирования цены на основе индивидуальных издержек производства и некоего уровня рентабельности неструктурированного капитала. Последний, как известно, выступает и в форме производительного (авансированного), и в форме потребленного (суммы постоянного и переменного) капитала. Принцип «издержки плюс» как принцип формирования рыночной цены является порочным, так как рыночная цена товара есть целое, которое не складывается из отдельных частей, а делится на отдельные структурные элементы. Несостоятельность принципа «издержки плюс» убедительно подтверждается рассмотренными раньше механизмами формирования аукционных и биржевых цен, которые, на наш взгляд, только и являются истинно рыночными, и, что самое важное, не зависят ни от индивидуальных издержек производства, ни от не известного как определенного уровня рентабельности не известного как структурированного капитала.

В заключение вопроса о цене отметим, что ценовые предложения производителей тендерной группы уникальных товаров не только не способствуют разрешению диалектического противоречия между интересами продавца и покупателя, но и могут доводить это противоречие до антагонизма, проявляющегося в несоответствии уровня цены на товар инновационного или инвестиционного характера критерию эффективности инвестиций, в качестве которого выступает, как известно, процентная ставка коммерческих банков.

Известно, что инвестор прежде чем разместить заказ на проектно-изыскательские, конструкторско-технологические, научно-исследовательские, подрядные работы и оказание услуг, а также на изготовление и поставку специального оборудования, проводит тщательное технико-экономическое обоснование инвестиционного проекта. Его неотъемлемой частью является не только выбор наиболее прогрессивного технологического оборудования, но и определение максимального уровня цен на основании анализа многочисленных источников информации (например, сведений о тендерных ценах, содержащихся в реестрах тендерных контрактов или в приложениях к контрактам, сведений, публикуемых в отраслевых нормативных справочниках, специализированных журналах, каталогах, бюллетенях).

Установление максимального уровня начальной цены заказчиком-инвестором, за пределами которого инвестиционный проект не является экономически эффективным и отклоняются письменные предложения потенциальных поставщиков о ценах на уникальные товары, а минимального уровня тендерной цены поставщиком, выигравшим тендерные торги, есть простейший механизм автоматического разрешения диалектического противоречия между интересами рассматриваемых субъектов. Заключение контракта с победителем тендерных торгов, предложившим самую низкую цену, исключает всякие сомнения как относительно диалектического единства их противоречивых интересов, так и относительно эффективности инвестиционного проекта.

Очевидно, что начальная цена заказчика является тем сущностным признаком тендерных торгов, который в принципе исключает отождествление тендера с офертой и тем более рассмотрение оферты как сущностного признака тендерных торгов.

Содержательной стороной любого отношения обмена является конкуренция, которая, как и цена товара, выступает одним из важнейших инструментов разрешения диалектического противоречия между интересами противоположных сторон любого акта купли-продажи или спроса-предложения. В силу этого конкуренция вполне справедливо рассматривается как принцип или как закон функционирования и развития рыночной экономики. Но конкуренция как принцип или как экономический закон не сводится ни к банальным рассуждениям о конкурентных силах, ни к теоретизированию относительно классификационных признаков совершенной и несовершенной конкуренции и так называемых равновесных цен\*. Экономическая теория, в которой «равновесная цена» определяется в точке пересечения кривых спроса и предложения, игнорируя при этом обоснование местоположения этой точки, явно неспособна оказать поддержку мировой хозяйственной практике в изменении присущей ей негативной тенденции повышения общего уровня цен, которая, как известно, не зависит от спроса и предложения.

Движение от максимальной начальной цены заказчика-инвестора до минимальной цены поставщика — изготовителя уникальных продуктов, работ и нетехнологических услуг убедительно свидетельствует о формировании тендерной цены в условиях конкуренции. Конкуренция на биржевых и аукционных торгах весьма четко проявляется в рассмотренном выше движении минимальной начальной цены аукционных торгов до максимальной цены покупателя и средневзвешенной котировальной цены биржевых торгов до индивидуальной биржевой цены оптового покупателя.

Рассмотренных выше генетических признаков тендера как экономического явления вполне достаточно, на наш взгляд, для того чтобы относительно четко сформулировать содержание понятия «тендер»

Тендер есть специфическая организационно-экономическая форма проявления отношения товарного обмена на поверхности хозяйственной жизни, содержанием сторонами (признаками) которой являются:

специфика объектов купли-продажи, которая проявляется, во-первых, в их принадлежности к тендерной группе продуктов (специальное технологическое оборудование, специальный технологический транспорт, нестандартное оборудование), работ (строительных, ремонтных, монтажных, изыскательских, проектных, опытно-конструкторских, технологических, научно-исследовательских) и нетехнологических услуг (образовательных, информационных, рекламных, консалтинговых), которые не могут быть проданы или (и) куплены на других публичных и конкурентных торгах (биржевом, аукционном); во-вторых, в дифференцированной для каждого субъекта уникальности полезностных свойств этих товаров; в-третьих, в неидентифицированности уникальных продуктов, работ и услуг на рынке товаров; в-четвертых, в длительных сроках их использования и в их принадлежности к группе инвестиционных товаров;

специфика субъектов, которая проявляется в участии в акте купли-продажи, как правило, покупателя-инвестора (заказчика) в лице хозяйствующего субъекта и (или) субъекта публичного права;

\*Здесь следует заметить, что с позиции принципов (законов) диалектики введение в научный оборот понятий «сбалансированный спрос и предложение» и «равновесная цена» не выдерживает никакой критики. Ведь уже сам факт отсутствия в научном обороте понятий «неравновесная цена» и «несбалансированный спрос и предложение» указывает не только на алогичность рассматриваемых понятий, но и на отсутствие здравого смысла в их введении в научный оборот. Зачем необходимо понятие «равновесная цена», если все цены равновесны, или понятия «сбалансированный спрос и предложение», если несбалансированного спроса и предложения не бывает, а бывают только несбалансированные (дефицитные или избыточные) рынки товаров? Говорить о сбалансированности двух сторон одного и того же предмета или явления, процесса (акта) просто абсурдно. Эта абсурдность была бы особенно заметна, если бы кто-то пытался рассуждать и (или) утверждать о сбалансированности, например, целого и части, количества и качества, формы и содержания, производительных сил общества и производственных отношений.

публичность торговли, что проявляется не только в опубликовании информации, но и в общественном контроле за тендерными торгами со стороны институтов гражданского общества;

специфика формирования цены неидентифицируемых на рынке товаров уникальных продуктов, работ и нетехнологических услуг, которая заключается в определении уровня цены не продавцом товара на основе общепризнанного принципа «издержки плюс», а заказчиком на основе критериальной оценки экономической эффективности закупаемых товаров, которая и обуславливает максимально предельный уровень начальной цены;

конкурентность торгов, что проявляется как в самом факте организации публичной оптовой торговли, так и в участии в них не менее двух продавцов или нормативно установленного их количества, а также в движении в процессе публичных торгов максимальной начальной цены заказчика к минимальной тендерной цене, устанавливаемой продавцом-производителем;

организация публичной оптовой торговли с целью публичного разрешения диалектического противоречия между заинтересованностью продавца продать товар подороже заинтересованностью покупателя купить товар подешевле;

организация публичной и конкурентной оптовой торговли уникальными товарами, проявляющаяся в создании тендерной комиссии, информационном обеспечении участников рынка товара, сборе заявок на участие в публичной торговле и ценовых предложений, определении и объявлении победителей и др.

Отмеченные сущностные признаки тендера являются неотъемлемыми сторонами тендерного механизма закупки товаров. Подчеркнем еще раз, что использование тендерного механизма обязательно не только для субъекта публичного, но и хозяйственного права, за исключением частного унитарного предприятия. Ведь только в этом случае тендерные цены на уникальные продукты, работы и услуги с весьма сомнительным рыночным характером могут быть обоснованы со стороны экономической эффективности инвестиционного проекта. Субъекты публичного права, рассматривающие тендерные закупки со стороны социальной эффективности, практически лишены объективной основы для определения уровня тендерных цен, что порождает заинтересованность в их завышении и так называемых «откатах». Субъекты публичного права и прежде всего государство должны отказаться от размещения заказа на поставку любых товаров отечественного производства от тех торговых посредников, которые не являются дочерними компаниями предприятий — производителей этих товаров.

#### Литература и электронные публикации в Интернете

1. Словарь современных экономических и правовых терминов / авт.-сост. В.Н. Шимов, А.Н. Тур, Н.В. Стах [и др.]; под ред. В.Н. Шимова и В.С. Каменкова. — Минск: Амалфея, 2002.
2. THE CONCISE OXFORD DICTIONARY of current English /Based on The Oxford English Dictionary and its supplements. — 7-th ed. / Edited by J.B.Sykes. — Oxford University Press, 1987.
3. *Суходольский, Г.А.* Тендеры: вопросы и ответы / Г.А. Суходольский. — М.: Вершина, 2005.
4. Типовой закон ЮНСИТРАЛ о закупках товаров (работ) и услуг / Организация Объединенных Наций. — Нью Йорк, 1995.
5. *Шелег, Н.С.* Тендерные торги: теория, практика, документация / Н.С Шелег, А.В.Калинушкин. — Минск: БГЭУ, 2006.
6. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь. — Минск: Амалфея, 1999.
7. On the coordination of procedures for the award of public works contracts, public supply contracts and public service contracts : DIRECTIVE 2004/18/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 31 March 2004 // Official Journal of European Union 2004. — L134.
8. *Тынель, А.* Курс международного торгового права / А. Тынель, Я. Функ, В. Хватей. — Минск: Амалфея, 2000.
9. *Кузнецов, К.В.* Procurement: госзакупки, тендеры, конкурсы / К.В.Кузнецов [Электронный ресурс]. — 2008. — Режим доступа: <http://procurement.e-management.ru>. — Дата доступа: 10.12. 2008.
10. *Смирнов, В.И.* Комментарий к Федеральному закону «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ / В.И. Смирнов. — М.:ГУ ИМЭИ, 2006.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
 □□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.