

ТЕНДЕРНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях рынка ценообразование представляет собой многофакторный процесс, в большой степени подверженный влиянию конъюнктуры рынка. Роль выбора правильной ценовой политики является одним из условий эффективного функционирования предприятия. Вместе с тем, ценовая политика многих фирм, нередко оказывается недостаточно эффективной, так как ценообразование чрезмерно ориентировано на издержки, цены слабо приспособлены к изменению рыночной ситуации, часто используется без связи с другими элементами маркетинга. Поэтому необходимо изучение маркетинговых подходов, заключающихся в установлении зависимости между ценовыми стратегиями и такими составляющими рынка, как конкуренция, сбытовая политика, товарная политика, коммуникации.

Для разработки соответствующей ценовой стратегии предприятие должно четко определить цели ценообразования и их ориентацию. Они вытекают из анализа положения предприятия и его общих целей на рынке. Следовательно, цели ценообразования не должны рассматриваться как отдельно взятые. Они призваны содействовать успешному осуществлению маркетинговой стратегии предприятия. Во многом решения по установлению той или иной цены определяются внешними по отношению к предприятию причинами. В одних случаях эти причины значительно уменьшают свободу предприятия в установлении цены, в других случаях – не оказывают заметного влияния на свободу ценообразования, а в третьих – значительно расширяют. Следовательно, конечным результатом разработки ценовой стратегии должно быть установление границ свободы предприятия в установлении цен на предлагаемые товары.

В последнее время применение метода тендерного ценообразования получило широкое распространение. С его использованием устанавливаются цены на широкую номенклатуру машин и оборудования, запасных частей, а также оценивается строительство промышленных предприятий, железных и автомобильных дорог, трубопроводов, портовых и коммуникационных сооружений, электростанций и других объектов, в том числе на условиях «под ключ».

Тендерное ценообразование – это инновационное понятие в экономике, которое охватывает все аспекты купли – продажи, позволяет сделать торговлю более прозрачной и общедоступной. Цена является одним из важнейших элементов тендерного ценообразования, который определяет в итоге выбор продавца (организации поставщика выигравшей тендер). Именно от цен, в конечном счете, зависят достигнутые коммерческие результаты, а правильно выбранная ценовая стратегия оказывает долговременное и решающее значение на конкурентоспособность, как товаров, так и производственно-сбытовой деятельности предприятия.

Тендер представляет собой конкурсную форму проведения подрядных торгов в виде «соревнования представленных претендентами ofert (предложений) с точки зрения их соответствия критериям, содержащимся в тендерной документации». Тендерная документация – это «комплект документов, содержащих исходную информацию о технических, коммерческих, организационных и иных характеристиках объекта и предмета торгов, а также об условиях и процедуре торгов». Основными участниками торгов являются: заказчик – лицо, организатор торгов, претенденты, т.е. лица, решившие участвовать в торгах; тендерный комитет – орган, создаваемый для организации и проведения торгов и т.п.

Тендеры бывают: гласные и негласные, открытые и закрытые, электронные. Открытые тендеры – торги, участвовать в которых могут любые организации. Открытые торги способствуют обострению конкуренции, а значит, служат эффективным инструментом снижения цены по договору на проведение оценки. Закрытые тендеры – торги, для участия в которых фирмы приглашаются в индивидуальном порядке, т.е. речь идет об ограниченном перечне претендентов. Как правило, в закрытых торгах принимают участие наиболее крупные и надежные организации. Электронные торги – форма проведения тендера в режиме реального времени через интернет. Применение этой разновидности торгов дает возможность претендентам в процессе проведения торгов несколько раз подряд снижать сумму контракта, исходя из цен, предлагаемых конкурентами и отображаемых на экране. Для участия в электронных торгах требуется электронно-цифровая подпись.

До проведения торгов, заказчик обязан разместить извещение (объявление) о проведении торгов, при этом извещение должно содержать сведения о времени, месте, форме торгов, предмете, порядке и условиях их проведения, а также о начальной цене контракта, вынесенного на тендер. Соответственно, претенденты подают официальный запрос, по итогам которого заказчик высылает необходимую тендерную документацию.

На основе тендерной документации претендент заполняет заявку на участие в торгах, приводит расчет предлагаемой цены по контракту, а также (в случае необходимости) представляет копию платежного документа, подтверждающего внесение задатка на расчетный счет заказчика. Документы, сформированные претендентом, должны быть запечатаны в двойном конверте. Во внешний конверт вкладывается заявка на участие в торгах и копия платежного документа, во внутренний – сама оферта, т.е. предложение с ценой выполнения контракта. При получении конвертов претенденту выдается расписка, подтверждающая прием и регистрацию документов. Торги проводятся в день, означенный в извещении; суть данного процесса сводится к вскрытию внутренних конвертов претендентов и оглашению предлагаемых претендентами цен выполнения контракта.

Как правило, побеждает претендент с наиболее низкой ценой выполнения контракта, однако могут существовать и другие критерии, при этом тендерный комитет не обязан объяснять претендентам причину выбора того или иного претендента. В течение трех дней после определения победителя тендерный комитет направляет ему официальное извещение о победе и передает протокол об итогах проведенного тендера заказчику, который обязан подписать или не подписать его в недельный срок. В первом случае торги считаются состоявшимися. Во втором – заказчик обязан представить мотивированное решение, почему торги нельзя признать состоявшимися. Торги, в которых принял участие только один участник, в любом случае признаются несостоявшимися. Если представленные оферты не соответствуют условиям тендерной документации, торги также признаются несостоявшимися.

В мировой практике проведения тендеров существует большое множество законов и инструкций разных стран о порядке проведению тендеров. Однако в то же время таких понятий как тендерная цена и соответственно тендерное ценообразование не существует. Предприятие самостоятельно определяет цену, которую выставляет в тендере за определенный товар. От правильного формирования цены зависит выигрыш предприятия в тендере и размер прибыли, которую получит предприятие.

Работа с тендерными площадками наиболее быстрый и широкомасштабный способ получить максимальную прибыль и минимизировать затраты на поиск потенци-

альных покупателей. Размещение планов госзаказов позволяет видеть поставщикам потребность и находить пути её удовлетворения.

На сегодняшний день возникла необходимость введения понятия тендерное ценообразование и тендерной цены в нормативно-правовые акты, а также установить процент торговой надбавки для формирования отпускной тендерной цены, которая позволит поставить конкурирующие фирмы в приблизительно равные ценовые условия.

Основной особенностью тендерных торгов во всем мире является использование электронного документооборота с применением технологии электронной цифровой подписи, позволяющей участникам тендера практически не выходить из своих офисов покупая и продавая товары, а также экономить средства на организацию закупок и участие в них. Однако в Республике Беларусь, к сожалению, электронный документооборот только появляется и в случае с тендерами заказчики предпочитают до сих пор получать пакеты документов почтовым способом. В свою очередь почтовые пересылки это трата времени и денег, как для поставщика, так и для заказчика. Заказчик включает затраты на почтовые пересылки документов в тендерные затраты, которые входят в издержки обращения и увеличивают собой отпускную стоимость товара. Таким образом, важнейшим направлением совершенствования организации тендера является популяризация электронного документооборота и сокращение затрат на почтовую пересылку тендерной документации. В настоящее время возрастает интерес тендерам во всем мире. Проведение тендера является наиболее прозрачной, быстрой и эффективной процедурой выбора поставщика.

Работа с тендерными площадками позволяет предприятиям поставщикам экономить время, более широкомасштабно охватывать географию поставок, участие в тендерах позволяет поставщику заявить о себе.

К основным преимуществам осуществления тендерных процедур относятся: краткие сроки проведения процедур, информационная обеспеченность сторон, гарантия равных прав участникам, прозрачность механизма закупок, высокий уровень безопасности и защиты, применение электронной цифровой подписи.

Участие в тендере – это определенный риск, который берет на себя предприятие, но в тоже время это рывок вперед, который позволяет более прозрачно и обширно участвовать в процедуре закупки.

Литература

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 2003. – 348 с.
2. Липсиц, И.В. Ценообразование: учебно-практическое пособие / И.В. Липсиц. – Москва: Юрайт, 2011. – 399 с.
3. Закон Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 113-З «Об электронном документе и электронной цифровой подписи».

И.Б. Тимошенко, канд. экон. наук, доцент, БГЭУ, г. Минск

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЕЭП

Динамика объема и структуры экспорта, импорта, внешнеторговых цен оказывают непосредственное влияние на отраслевые и территориальные пропорции, объемы ВВП, доходы государственного бюджета, поступление таможенных платежей, рентабельность предприятий, уровень розничных цен, состояние потребительского рынка.