

В зависимости от способа проведения различают торги открытые (публичные) и закрытые (ограниченные или негласные).

К участию в открытых торгах привлекаются все желающие фирмы и организации, как местные, так и иностранные. На открытых торгах обычно размещаются заказы на стандартное и универсальное оборудование, а также на небольшие по объему подрядные работы.

К участию в закрытых торгах приглашаются лишь определенные фирмы, которым высылаются специальные приглашения. На закрытых торгах размещаются заказы на уникальное, сложное и специальное оборудование, комплектные предприятия. К закрытым торгам прибегают и в случаях размещения срочных заказов. К участию в закрытых торгах привлекается обычно небольшое число солидных, известных в данной области производства фирм, имеющих большой опыт и хорошо технически вооруженных.

В практике проведения торгов на оборудование встречаются, хотя и весьма редко, так называемые единичные торги. Их организаторы обращаются к одной фирме без привлечения конкурентов, но с соблюдением внешней формы и процедуры торгов по правилам данной страны. Единичные торги проводятся в исключительных случаях, когда оборудование или другой товар может быть приобретен лишь у единственной фирмы – монополиста, а заключение обычного контракта для государственных организаций запрещается законами данной страны.

Организаторы торгов при выборе наиболее приемлемого предложения учитывают целый ряд критериев, таких как: функциональные характеристики товаров и используемых технологий; цена заявки с учетом преференциальных поправок; сроки выполнения заказа; условия платежа и условия гарантий; расходы по эксплуатации, техническому обслуживанию и ремонту; степень использования местных подрядчиков и поставщиков; передача технологии.

Серьезной проблемой, с которой могут столкнуться организаторы торгов, является сговор офферентов, возникающий в результате горизонтальных соглашений по разделу рынков или фиксации цен, заключаемых с целью получения максимально высоких прибылей. С целью выявления сговора офферентов рекомендуется:

- исследование порядка, в котором фирмы выигрывают торги;
- исследование объемов заказов, получаемых фирмами на торгах;
- исследование уровня цен определенных фирм на однотипных торгах;
- исследование рынков, на которых действуют фирмы;
- исследование структуры цен предложений, выдвинутых различными фирмами

на конкретных торгах.

Практика проведения конкурсных закупок в республике свидетельствует о наличии целого ряда недостатков: не всегда победителями оказываются наиболее конкурентоспособные фирмы или предлагающие самые выгодные условия; нарушаются правила и процедуры, предусмотренные нормативными актами; много недостатков в организации и управлении процессом.

*Гламбоцкая А., Исследовательский центр
Института приватизации и менеджмента (ИПМ)*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

В целом, более низкая цена на продукцию по сравнению с конкурентами является наиболее важным фактором, обеспечивающим конкурентоспособность белорусской продукции на внешних рынках.

За ценой по частоте упоминаний как наиболее важный фактор следует опережение в качестве по сравнению с конкурентами. Все другие факторы имеют меньший вес. При этом наблюдались существенные различия в оценках наиболее важных факторов конкурентоспособности между предприятиями, экспортирующими преимущественно в Россию, и предприятиями, экспортирующими преимущественно в Западную Европу. Весомость ценового фактора, обеспечивающего конкурентоспособность продукции, для последних более высока. При этом за ценовым фактором для предприятий, экспортирующих преимущественно в Западную Европу, следует отложенная система сбыта продукции.

Основными конкурентами белорусских экспортеров на внешних рынках оказались сами же белорусские предприятия. В то же время у предприятий, для которых российский рынок был основным экспортным рынком, главными конкурентами были преимущественно российские компании и, в меньшей степени, другие белорусские экспортеры, а также компании из других стран СНГ, Китая и Восточной Европы (по убыванию). На рынках Западной Европы белорусские экспортеры конкурировали преимущественно с российскими предприятиями и компаниями из Восточной Европы, в меньшей степени – с местными компаниями Западной Европы, а также с другими белорусскими экспортерами.

Наиболее существенными проблемами при осуществлении экспортной деятельности для белорусских предприятий являются возмещение НДС, таможенное оформление и таможенный контроль, сертификация соответствия товара, а также отсрочка платежей за экспортированную продукцию. Среди основных препятствий к расширению экспортной деятельности белорусских предприятий наиболее часто упоминалось отсутствие товаропроводящей сети, за ней следовали сложности таможенного оформления и недостаток информации о рынках и возможностях развития экспорта. Отложенная товаропроводящая сеть указывалась предприятиями, экспортирующими свою продукцию в Западную Европу, и среди наиболее важных факторов конкурентоспособности на внешних рынках.

*Гнатюк С.Н.
БРУ (Могилев)*

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ

Развитие экономики в современных условиях может быть обеспечено только за счет внедрения в производство достижений науки и техники. Фирмы не могут обеспечить свое превосходство на рынке только за счет собственных научных исследований. Часть инноваций они приобретают на рынке результатов научных исследований. Этот рынок предполагает взаимозависимость спроса и предложения. Инновации на рынке предлагают научные организации, предпринимательские фирмы, которые по каким-либо причинам решают не использовать данное научное открытие в собственном производстве, а реализовать на рынке.

Продажа инноваций предполагает использование маркетинга для достижения поставленных целей. При этом необходимо учитывать специфику реализуемого товара. Как правило, это знания, воплощенные в научно-техническую информацию, готовые товары, знания специалистов. Предлагаемая инновация, необходимо убедиться в патентной чистоте предлагаемой продукции и характере полученных патентов.

Выяснение степени патентной чистоты позволяет более точно выяснить степень зрелости инновации и этап ее жизненного цикла в контексте общемировых тенденций