

Источник

1. Проектное финансирование строительства жилья: плюсы и минусы реформы [Электронный ресурс] // РБК. — Режим доступа: <https://reality.rbc.ru/news/5c63d9ac9a79473a78550fd9>. — Дата доступа: 24.11.2020.

<http://edoc.bseu.by>

В. Ю. Доровская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент

ТЕНДЕРЫ КАК ФОРМА ПОЛУЧЕНИЯ ЗАКАЗОВ, ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Основным способом государственных закупок являются тендеры — участие в торгах на конкурсной основе в предоставлении заказчику своих услуг, работ или товара. Простыми словами, это конкурсный отбор лучших предложений для заказчика.

Цель проведения тендера — привлечение лучших специалистов и компаний, способных оказать организатору необходимую услугу, либо предоставить необходимый товар на высоком профессиональном уровне.

Основные проблемы в системе тендерных торгов на рынке недвижимости:

- во-первых, торги происходят после этапа проектирования, когда работа уже ведется, а тот или иной материал «нужен был вчера», и во-вторых, демпинг на торгах, так как в соответствии с текущим законодательством главным критерием отбора поставщиков является наименьшая цена;

- серьезнейшей причиной множества проблем в строительстве является то, что в настоящее время отечественное законодательство запрещает указание в проектной документации конкретных поставщиков и производителей. Тендеры проводятся на основе неполной информации об объекте поставки и его характеристиках, что приводит к несоответствию свойств закупленного материала и оборудования показателям, изначально запроектированным инженерами.

Предложения для решения проблем в системе тендерных закупок:

- критериями отбора производителей и поставщиков являются — согласие вести информационное обеспечение проекта вплоть до окончания его строительства, поддерживать, отслеживать и проверять достоверность информации, за которую отвечает производитель, технические характеристики продукции, отпускная цена, комплекты технологических карт, описаний конструкции или других документов, позволяющих составить представление о предлагаемых конструктивных решениях и избыточную спецификацию материалов

и оборудования, которые предполагается использовать в ходе реализации проекта;

- критерии отбора подрядчиков — отбор производится по таким параметрам, как стоимость конкретных операций (единичные расценки), процент рентабельности при оценке своих затрат, состояние ресурсов (средства механизации, рабочая сила), дислокация основных ресурсов, партнерские отношения с другими организациями, перечень освоенных технологий и пр.;

- тендер должен проводиться не столько на поставку оборудования, материалов ресурсов и технологий, сколько на компетенции и возможности участия в проекте;

- необходимо создать график производства работ, состоящий из производственных заданий, так называемая модель действий, график потребности в материалах, полученный в результате планирования работ, выкладывается на сервер, где поставщики определяют графики поставок и графики оплаты, которые согласовываются с заказчиком.

<http://edoc.bseu.by>

В. Ю. Езерская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент

ФОРМИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Коммерческое предложение является неотъемлемым элементом эффективной работы организации. Неправильно составленное коммерческое предложение негативно влияет на эффективность деятельности агентства недвижимости, и как следствие, приводит к снижению уровня дохода организации и потере потенциальных клиентов.

Коммерческое предложение — документ, который должен быть составлен по определенной форме и включать в себя описание условий и выгод предлагаемой сделки, необходимой каждому бизнесу для привлечения новых клиентов, покупателей, партнеров и инвесторов.

Задача коммерческого предложения — привлечь внимание и заинтересовать читателя, а также вызвать желание приобрести предлагаемый товар или услугу. В зависимости от цели и принципов составления коммерческие предложения бывают нескольких видов, но для эффективности и достижения ожидаемого результата текст предложения и его структуру следует постоянно совершенствовать, а грамотное оформление позволит значительно повысить шансы на его прочтение и просто поспособствует приятному впечатлению потенциального клиента.

Выделяют факторы, оказывающие влияние на эффективность коммерческого предложения: выгодная цена, высокая скорость оказа-