

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ ТЕНДЕРНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Ушакова В.О., магистр гр. СУмоз-162, II курс

Бугрова С.М., к.э.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

г. Кемерово

Существующие в настоящее время технологии закупки товаров, работ и услуг для нужд коммерческих и государственных предприятий и организаций базируются на традиционных подходах к осуществлению коммерческой деятельности, подготовке материалов и документов, а также принятия организационных и управленческих решений.

Практика показывает, что для такой сложной и многоуровневой системы, как закупки в целом и конкурсные торги, в частности, данные подходы, а также соответствующие им технологии и инструментальные средства, устарели и не обеспечивают в полном объеме эффективное ее функционирование.

Основной целью при проведении закупочной кампании, если ее сформулировать в наиболее общем виде, является обеспечение заданного результата, приобретение требуемого количества материальных ресурсов установленного качества с наименьшими затратами. На поиски контрагента по торговой сделке и направлены все процедуры, проводимые в рамках организации и проведения закупочной кампании. Очень часто незначительные различия в начальной цене между двумя предложениями перекрываются высокой эксплуатационной стоимостью. В таком случае отношение будущих эксплуатационных расходов объекта к его цене предложения является существенным [4].

В случае необходимости, кроме основного требования – минимальной цены, задаются и некоторые ограничения, определяющие дополнительные требования покупателя к поставляемому товару и характеру самой поставки. Они могут включать требования к качеству и типоразмерам продукции, срокам и условиям поставки, формам и срокам платежей [1]. Вопрос заключается в том, как реализовать поставленную задачу. Мировая практика выработала важный универсальный инструмент ее решения – проведение открытых торгов (тендеров). Но как определить победителя, когда минимальная цена не всегда априори является главным критерием выбора? От выбора поставщиков во многом зависит ритмичность производства, а значит рентабельность и репутация фирмы перед потребителями ее продукции.

В связи с вышесказанным в настоящее время целесообразно переходить от стратегии экономии средств к стратегии повышения эффективности их

использования [2]. Переход к стратегии повышения эффективности использования бюджетных средств осуществляется в рамках концепции устойчивого развития. «Устойчивость» достигается такой организацией закупок работ, товаров и услуг, которая обеспечивает максимальное соответствие конечного продукта требованиям и ожиданиям заказчика, снижение рисков при заключении контракта, оптимальные ценовые характеристики продукта с учетом условий его оплаты.

Методика оценки тендерных предложений определяется самим заказчиком, так как сегодня в России такая методика не установлена законодательно [3]. Оптимальным условием оплаты за оказанные услуги или поставку оборудования для многих компаний в условиях кризиса является отсрочка платежа. Поэтому для оценки стоимости коммерческих предложений при проведении тендеров на предприятии предлагается использовать методику, основанную на расчете так называемой приведенной стоимости (PV), учитывающей срок отсрочки платежа:

$$PV = FV / (1 + i)^n \quad (1)$$

где FV – стоимость коммерческого предложения, руб.;

i – месячный индекс инфляции;

n – срок отсрочки платежа, мес.

В случае, если предметом тендера является сложное или комплексное оборудование и основные производственные услуги, необходимо вводить дополнительные критерии оценки.

Критериями для выставления баллов могут быть:

- поставка/производство аналогичного оборудования;
- опыт работы на рынке;
- срок выполнения заказа;
- гарантийные обязательства;
- наличие сервисного центра в радиусе 100 км;
- мнение технических специалистов и другие.

Перечень критериев для каждого тендера будет определяться тендерной комиссией на предварительном совещании.

Расчет баллов по каждому критерию осуществляется по следующим формулам:

- если лучшим является минимальное значение критерия:

$$B = Y * \frac{K_{min}}{K_i} \quad (2)$$

где B – балл;

Y – удельный вес коэффициента;

K_{min} – минимальное значение коэффициента среди всех поставщиков;

K_i – значение коэффициента у данного поставщика.

- если лучшим является максимальное значение критерия:

$$B = Y * \frac{K_i}{K_{max}} \quad (3)$$

где K_{max} – максимальное значение коэффициента среди всех поставщиков.

Тогда итоговая стоимость коммерческого предложения (V) рассчитывается по формуле:

$$V = \frac{PV}{IBO} \quad (4)$$

где ИБО – итоговая балльная оценка, которая является суммой всех полученных баллов.

Использование системы критериев позволяет оценить и учесть в стоимости коммерческого предложения неценовые факторы, а также мнение квалифицированных специалистов в данной предметной области. Предложенный подход при проведении тендеров в настоящее время уже проходит апробацию на предприятии ООО «ММК-УГОЛЬ». Здесь система критериев используется при оценке коммерческих предложений по особо сложному комплексному оборудованию (лавакомплект), основным производственным услугам (техническое и разведочное бурение скважин, горно-капитальные работы, геолого-разведочные работы, горно-вскрышные работы, текущий ремонт горных выработок и т.п.), а также сложному оборудованию (дизелевозы, комбайны, экскаваторы, насосы).

Тендеры позволяют более эффективно использовать средства, достигать значительного снижения цены, обеспечить конкурентный выбор партнеров для заключения договоров, способствуют повышению качества выполняемых работ и услуг.

Сокращения расходов – один из ключевых аспектов закупочной деятельности предприятия, но не надо забывать про обратный, возможно, более важный аспект ее роли – динамическую и стратегическую функцию поддержки

Список литературы:

1. Абдарахимов, Д., Петров, К. Проведение конкурсов и тендеров: процедура, документация и управление. // Sales. – 2014. – №7. – с.24-26.
2. Степанова Д.С., Бугрова С.М. Экономические проблемы машиностроительной отрасли в условиях кризиса. // Сборник лучших статей VIII Всероссийской, 61 научно-практической конференции молодых ученых. Кемерово, 2016. С. 107.
3. Дидковский, В.М. Оценка коммерческих предложений участников подрядных торгов. – М.: Аланс, 2016. – 314 с.
4. Кутяев, Д.А. Методические подходы к оценке конкурентоспособности тендерного предложения строительной компании // Наука вчера, сегодня, завтра: сб. ст. по матер. междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК. – 2013. – №5. – с.24-27.