

СЕКЦИЯ А

БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК 658.852

УПРАВЛЕНИЕ ТЕНДЕРНЫМИ ЗАКУПКАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*А.С. Анисимов, студент группы 10507118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В сфере бизнеса «управление» охватывает и связывает все функции в данной сфере, это как неотъемлемое связующее звено, вырезав которое, остановится любая деятельность предприятия или компании. Даже самая маловажная деятельность, маловажный процесс, не требующий большого количества работы, каких-либо необходимых ресурсов, - без управления повлечет за собой сбои во всей работе предприятия, нарушатся другие процессы деятельности предприятия – это подобно эффекту домино, когда каждое управляемое действие зависит от предыдущего. На предприятии управление чаще имеет иерархическую структуру, то есть предприятие может иметь учредителей, которые владеют данным предприятием, они могут непосредственно осуществлять управление предприятием, однако они же управляют, в свою очередь, директором предприятия, либо управляющим, который осуществляет управление нижестоящими должностями. Это доказывает и подчеркивает важность и неотъемлемость «управления» в любой деятельности.

Summary – In the field of business, “management” embraces and connects all the functions in this field, it is an integral link, cutting out which will stop any activity of the enterprise or company. Even the most unimportant activity, an unimportant process that does not require a lot of work, any necessary resources, without management will entail disruptions in the entire work of the enterprise, other processes of the enterprise’s activity will be violated - this is similar to the domino effect, when each controlled action depends on the previous. Management at an enterprise often has a hierarchical structure, that is, an enterprise can have founders who own this enterprise, they can directly manage the enterprise, but they also manage, in turn, the director of the enterprise, or the manager who manages the lower positions. This proves and emphasizes the importance and inalienability of “management” in any activity.

Введение. В первую очередь «управление» - это деловые взаимоотношения как внутри предприятия, так и на рынке. Менеджер в первую очередь должен уметь «общаться» как с клиентом, так и с подчиненными для достижения общей цели (закупка продукции – с поставщиком, производителем; грамотный приём и обработка заявки клиента – с заказчиком, клиентом; управление компанией, организацией, предприятием – грамотное управление компанией (подчиненными), управление средствами, вложения денежных средств для получения прибыли, и тд., управление подчиненными на внутреннем уровне компании – сплоченность, достижение общей цели, установленной управленцем (управляющим, менеджером, директором, акционерами, учредителями). Для бесперебойного функционирования любой организации необходимо хорошо налаженное обеспечение, осуществляемое через органы материально-технического снабжения. Важной задачей менеджеров по снабжению либо управляющего предприятием является своевременное обеспечение предприятия и персонала необходимыми ресурсами, соответствующие необходимой комплектности и качеству. В ходе решения данной задачи, менеджеры учитывают спрос и предложение на ресурсы, необходимые предприятию, находятся в постоянном режиме зондирования рынка, нахождения более выгодных условий покупки или продажи. Это все относится к управлению закупками. Управление закупками – это одна из важных специальных функций управления предприятием.

Основная часть. На основании опыта работы в компании по реализации продукции, работе с клиентом, можно с уверенностью заявить, что мало быть технологическим лидером в продукции, которую компания продает, необходимо уметь грамотно наладить долгосрочные связи с клиентом на деловом уровне, не зависимо от возраста и пола клиента. «Клиент всегда прав» - у многих это вызывает, в некоторых сложившихся ситуациях, агрессию, ведь при неграмотном подходе к работе с клиентом возникают трения (недопонимание) между Клиентом (Заказчиком) и менеджером (Поставщиком). Для исключения данного вопроса представляется целесообразным предложить следующую схему работы с клиентом – точность и прозрачность условий осуществления поставки товара либо оказания иной услуги клиенту. Клиент должен доверять менеджеру, так как порой благодаря грамотно заключенной сделке, в оборот вступают большие суммы, поэтому заказчик должен быть уверен в исполнении своих обязательств со стороны Поставщика, согласно согласованному, с обеих сторон, договору. Менеджер должен знать преимущества и недостатки предоставляемых условий, продукции предлагаемой к реализации, либо услуг, предоставляемых клиенту. Это способствует росту конкурентоспособности компании на рынке, ведь отталкиваясь от своих преимуществ и недостатков, предлагается максимально выгодное конкурентное предложение для клиента. Клиент должен четко понимать – почему выгоднее закупить необходимую ему продукцию либо услугу именно у вашей компании.

В Республике Беларусь тендерные закупки проводят такие крупные предприятия как: ОАО «Гомельтранс-нефть Дружба», ОАО «Газпром трансгаз Беларусь», ОАО «Беларуськалий», ОАО «НАФТАН», РУП «Производственное объединение «Белоруснефть» и др. Исходя из опыта участия в закупках от каждого из представ-

ленных предприятий, автор данного доклада может с уверенностью заявить, что наиболее серьезную и сложную процедуру оформления договора и прохождения товара входного контроля имеет ОАО «Газпром трансгаз Беларусь». При осуществлении поставки на данное предприятие необходимо пройти огромное количество проверок [2, с. 12]. До получения акцепта конкурсного предложения необходимо пройти непростую процедуру подготовки документации и самого предложения. Обязательным условием является предоставление участниками конкурсного предложения в печатной форме на бумажном носителе. Предложение должно быть составлено на русском или белорусском языках, либо на английском языке, но с переводом на русский, запечатано в конверт, на котором обязательно должно быть указано наименование участника-организации, юридический адрес, контактный телефон, адрес электронной почты, и с обязательной маркировкой. Далее конверты с коммерческими предложениями направляются организатору закупки почтой, либо предоставляются участником лично, учитывая, что предприятия не находятся в одном месте.

Конкурсные предложения, отправленные по факсу, электронной почте или подготовленные с нарушениями требований документации о закупке, к рассмотрению не принимаются. Конверт с коммерческим предложением, полученный позднее оговоренного в приглашении на участие конечного срока (времени и даты) приема предложений, регистрируемый Заказчиком, не рассматривается и возвращается участнику без вскрытия. И это далеко не все обязательные условия, создаваемые организаторами закупок (гос. Предприятиями РБ) [1. с.9]. Однако, можно сделать вывод, учитывая, что в странах-соседах Республики Беларусь подобные закупки проводятся электронным способом (электронные тендеры) на электронных торгах (электронных площадках), что электронные тендеры более эффективны. Электронные тендеры имеют множество преимуществ в наше время. Это очень удобный способ проведения закупок, без использования бумаги (вырубки лесов). Далее в Таблице 1 приведены преимущества электронных тендерных закупок для каждой категории участников торгов.

Таблица 1 – Преимущества электронных тендерных закупок

Категория участников торгов	
Организация-заказчик	Организация-поставщик
Снижение закупочных цен за счет многократной подачи ценовых предложений поставщиками. Это также обеспечивает значительную экономию бюджетных средств	Быстрый поиск интересующих торгов
Существенная экономия временных и кадровых ресурсов.	Бесплатная регистрация на электронной площадке и участие в электронном аукционе.
Удобство контроля процедур и результатов торгов.	Снижение затрат на подготовку документов
Торги организуются целенаправленно для снижения затрат на закупку, соответственно и на организацию самих торгов.	Многократная подача ценовых предложений.
Высокий уровень конкуренции среди аукционеров.	Равные права всех поставщиков товаров, работ и услуг.
	Честная конкуренция, исключая неценовые методы ведения борьбы.
	Расширенные возможности доступа к государственному заказу.

Источник: разработка автора на основе [2].

Заключение. На мой взгляд, использование электронных тендеров позволит отечественным предприятиям повысить точность, прозрачность и оперативность закупок необходимых материальных ресурсов, снизить затраты на организацию и проведение тендеров. Электронные тендеры позволят повысить эффективность функционирования всех предприятий, участвующих в закупках, независимо от того, в качестве какой стороны эти компании выступают: организаторы (заказчики) или поставщики (исполнители).

ЛИТЕРАТУРА

1. Документация о маркетинговых исследованиях ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» № 18_ГТБеларусь-4.5-1213/12-0001 [электронный документ] – Дата доступа: 25.10.2019.
2. Документация по упрощенной процедуре закупки на поставку измерительных и испытательных приборов для теплотехнического оборудования для РУП «Брестэнерго» [электронный документ] – Дата доступа: 18.07.2019.