

ции и специализации торговой сети, ее размещения — полная неразбериха и самостоятельность владельцев.

Разработка и принятие новой номенклатуры — важнейший шаг в сертификации торговых предприятий, упорядочении их развития и размещения.

Сертификация торгового обслуживания заключается в разработке правил торговли вообще, правил продажи отдельных товаров, разработке ассортиментных перечней и перечней дополнительного обслуживания и т.д.

К сожалению, не по всем товарным группам разработаны и действуют правила продажи, что вынуждает работников торговли пользоваться устаревшими документами, требуется издание новых правил по разработке ассортиментных перечней и дополнительного обслуживания и других нормативных документов.

Один из важнейших объектов сертификации — это торговый персонал. Сегодня в торговлю хлынуло огромное количество людей, не имеющих элементарного профессионального образования, вследствие чего уровень культуры торгового обслуживания резко снизился. Продавцы и владельцы магазинов во многих случаях не знают качества и свойств товаров, психологии покупателей, правил торговли и других азов торговли.

В связи с этим требуется разработка стандарта для торговли “Торговый персонал”, в котором были бы определены требования к знаниям и умениям отдельных категорий работников.

В основе сертификации торговых услуг должна лежать определенная нормативная база. По нашему мнению, основными стандартами на услуги торговли могут быть такие документы, как “Закон о торговле”, “Закон о защите прав потребителей”, “Торговля. Термины и определения”, “Номенклатура типов магазинов”, “Услуги торговли. Требования”, “Торговля. Методы испытаний безопасности и качества услуг”, “Торговля. Требования к обслуживающему персоналу” и другие правила и нормативные акты.

Но основное место должно быть отведено разработке “Закона о торговле Республики Беларусь”, в котором должны быть отражены основные нормативные требования к торговой отрасли в целом и на основе которого разрабатывались бы другие нормативные документы, без их наличия белорусская торговля не сможет развиваться цивилизованным путем и вливаться в международную торговлю.

По нашему мнению, всю работу и политику по сертифицированию торговых услуг целесообразно проводить из единого центра, который может быть создан при Министерстве торговли республики. Практика работы такого учебно-методического центра по сертифицированию в Российской Федерации показала весьма высокую эффективность в деле разработки нормативной документации для торговли.

*И.И. Полещук  
БГЭУ (Минск)*

<http://edoc.bseu.by>

## **ТЕНДЕР КАК ФОРМА КОНКУРЕНТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

Одной из особенностей рынка продукции производственно-технического назначения, как в международной, так и национальной торговле является широкое использование торгов (тендеров), в ходе которых формируется окончательная конкурентная цена. Технология проведения тендеров способна обеспечить наибольшую эффективность использования собственных и заемных ресурсов, т.е. получение необходимого результата при ми-

нимальных финансовых затратах. Именно поэтому в зарубежной торговой практике и все больше в отечественной торги становятся обязательным условием размещения бюджетных ассигнований и собственных средств.

В соответствии с действующим в республике законодательством закупки товаров, работ и услуг за счет средств республиканского бюджета и внешних государственных займов в обязательном порядке осуществляются на тендерной основе. Субъекты хозяйствования, министерства, концерны самостоятельно могут определять порядок проведения тендеров при закупке (или продаже) товаров, работ, услуг за счет собственных и привлеченных финансовых средств, средств инновационного фонда или фонда финансовой поддержки предприятий. Однако эффективная технология их еще не отработана.

В результате тендера заказ получает то предприятие, которое предложит цену ниже цен конкурентов либо обеспечит лучшие условия выполнения заказа, заключения контракта. Задача, стоящая перед продавцом, заключается в том, чтобы попытаться предложить такую цену, которая, во-первых, будет способствовать достижению поставленных целей (максимизация прибыли, выживаемость и др.), и во-вторых, оказалась бы ниже цен, предлагаемых конкурентами.

Для проведения торгов создаются тендерные комитеты, определяются форма проведения конкурса (открытого или закрытого). Выбор формы торгов может предполагать и такую техническую процедуру, как необходимость внесения задатка, его размер, сроки и порядок внесения, необходимые реквизиты расчетного счета, на который он должен быть перечислен, условия и порядок возврата. Если принято решение о проведении открытых торгов, то условия тендера публикуются в официальной печати. Обычно на тендере разыгрывается право на заключение контракта, которое в силу некоторых возникающих впоследствии обстоятельств, может быть и не реализовано, и тогда тендер проводится повторно.

Успех на торгах во многом определяет обоснование цены предложения. Оно предполагает прохождение ряда последовательных этапов экономических расчетов, отдельные из которых основываются на принципах актуарной математики.

1. Определение издержек предприятия-продавца, связанных с выполнением предполагаемого контракта.

2. Анализ тактики торгов, применяющейся потенциальными конкурентами, на основе информации о ранее проводившихся торгах.

3. Определение вероятности того, что цена предложения предприятия-продавца окажется ниже цены, запрашиваемой конкурентами.

4. Определение цены, которая принесет предприятию-продавцу максимальную ожидаемую прибыль.

Наибольшую сложность из всех перечисленных этапов представляет определение вероятности того, что предложение цены предприятия-продавца будет успешным. Чем большей информацией обладает предприятие о прошлых торгах, их участниках, условиях проведения и ценах, а также текущей ситуации на рынке, тем выше степень экономического обоснования цены предложения и больше шансов на выигрыш. Вероятность выигрыша торгов зависит от количества участников. При большом числе конкурентов резко возрастает вероятность того, что кто-то предложит более низкую цену.