



ТЕНДЕР

**ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЙ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ
ЖУРНАЛ**

№ 42 (623) 12 ноября 2012 года

В номере:

- **Актуально: Постановление Пленума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь от 19 сентября 2012 г. № 6 «О некоторых вопросах рассмотрения дел, возникающих из договоров строительного подряда»**
- **Актуально: Библиотека снабженца**



Внимание!

Почитаем ваш Порядок закупок за счет собственных средств.

Поделится впечатлениями.

Расценки — тендерные.

Тел. (029)577 00 65, (029)138 64 61,
Александр МУРАВЬЁВ.

Внимание!

Изучим ваше Задание на закупку и Конкурсные документы.

Выскажем мнение.

Расценки — дешевле услуг адвоката.

Тел. (029)577 00 65, (029)138 64 61,
Александр МУРАВЬЁВ.

Автомобили ГАЗ

- Запчасти
- Сервис



РУСАВТОПРОМ



ООО «РУСАВТОПРОМ»
Дилер Управляющей компании «БелГАЗавтосервис»

г. Борисов, ул. Днепровская, 58
(0177) 79 53 84, 79 38 01

www.rusavtoprom.by



МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОСТАВЩИКОВ КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО ПРОВЕДЕНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ЗАКУПКИ



Андрей МОРОКОВ, специалист по закупкам
Опыт работы в системе закупок — 4 года.

При проведении процедур закупок различного вида повсеместно предусмотрено приглашение к участию в закупке как производителей и их официальных торговых представителей, так и иных потенциальных поставщиков.

Данные нормы закреплены как для государственных закупок в постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 20 декабря 2008 г. № 1987 «О некоторых вопросах осуществления государственных закупок», так и для закупок за счет собственных средств в Постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 15 марта 2012 года № 229 «О совершенствовании отношений в области закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств».

При этом при составлении службой снабжения перечня приглашаемых к участию в процедуре закупки организаций возможны два варианта развития событий.

Первым вариантом является ситуация, когда подготовка технических требований к оборудованию основывается

на имеющихся на рынке продуктах. Из практики: производители моделей оборудования, на основании которых ведется разработка технических требований, в дальнейшем приглашаются к участию в закупке и в большинстве случаев заказчик получает желаемый результат.

Вторым вариантом является ситуация, когда известен только «функционал» необходимого к закупке оборудования. В данном случае рыночного продукта, который стал бы основой разработки технических требований, не существует. И приглашение к участию в закупке производителей может основываться на потенциальных производственных возможностях данных производителей.

Потребители ведут деятельность по нахождению наилучшего предложения по поставке товара, удовлетворяющего заданным требованиям, а производители решают задачи по информированию потребителей о своей продукции, и при этом они используют различные средства. Одним из них является выставочная деятельность, чем можно воспользоваться специалисту службы снабжения для решения своих задач.

Современные технологии позволяют специалисту службы снабжения в кратчайшие сроки находить необходимую информацию. Но данный тезис эффективен в случаях, когда однозначно определено то, что необходимо найти. В случае со вторым вариантом маркетинговые исследования потенциальных производителей и поставщиков могут занять продолжительное время.

Рассмотрим современные возможности нахождения необходимой информации, достаточной для формирования перечня поставщиков, которые в дальнейшем будут приглашены к участию в процедуре закупки. При этом данные возможности будут рассмотрены для ситуаций, когда наработанный за долгие годы опыт службы снабжения организации и значительная база проверенных производителей и поставщиков товаров не позволяет определить потенциальных участников процедуры закупки.

Интернет-поиск

Главным вариантом поиска необходимой информации является интернет-поиск «по ключевому слову». При этом если имеется наименование модели, нахождение производителя не представляет сложности. Для этого используются стандартные поисковые системы, которые сразу направляют пользователя на официальный сайт производителя, а также выдают достаточное количество потенциальных поставщиков.

В случае поиска производителей с необходимыми потенциальными возможностями ключевыми словами будут являться термины из имеющегося функционального описания закупаемого оборудования. При увеличении временных затрат результативность поиска может оказаться незначительной.

Данный инструмент маркетингового исследования потенциальных поставщиков остается самым главным в силу максимальной доступности, минимальных временных затрат и практически абсолютной результативности.

Интернет-справочники

Специализированные ресурсы сети Интернет, которые предоставляют справочную информацию о производе-

лях и поставщиках, также способны помочь при маркетинговых исследованиях.

Данные о производителях и поставщиках на таких ресурсах систематизированы в соответствии с разработанными рубриками, с направлениями деятельности организаций, а поисковые системы таких ресурсов позволяют осуществлять поиск товаров и услуг, контактную информацию конкретных предприятий с возможностью локализации поиска по конкретному региону.

Такие ресурсы распространены в достаточном количестве. Перечислим лишь некоторые из них: www.b2b.by, www.deal.by, www.bizby.ru, www.belarusinfo.by, www.belfirms.com, www.belspravka.org. В Российской Федерации популярными площадками являются www.rtu.ru, www.rqs-bis.ru, www.actinfo.ru, www.rosfirm.ru и другие.

Поиск с использованием таких ресурсов в большей степени целесообразен при закупках большого перечня малочисленных товаров.

Регистр производителей товаров (работ, услуг) и их сбытовых организаций (официальных торговых представителей)

В соответствии с постановлениями Совета Министров Республики Беларусь от 15 марта 2012 г. № 229 и от 20 декабря 2008 г. № 1987 организатор закупки при разработке задания на закупку обязан включить в него список производителей (подрядчиков, исполнителей), включенных в Регистр производителей товаров (работ, услуг)



и их бытовых организаций (официальных торговых представителей), и производящих товары (работы, услуги), аналогичные подлежащим закупке.

Данный регистр размещен на сайте ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» www.icetrade.by и доступен для скачивания.

Указанный справочник не только представляет всю необходимую контактную информацию, но также номенклатуру производимых товаров, работ и услуг в подробной форме.

В регистре поиск необходимой информации, производимой стандартными средствами программного обеспечения, дает немедленный результат по нахождению необходимой информации.

Значительным недостатком данного маркетингового инструмента является то, что возможное предположение о наличии в регистре абсолютно всех производителей Республики Беларусь ложно. Так как регистрация в данном регистре не является обязательной, а проводится по заявительному принципу, то в «путеводителе» представлены только организации, изъявившие желание туда попасть.

Государственный реестр средств измерений Республики Беларусь

Одним из инструментов маркетинговых исследований потенциальных поставщиков является Государственный реестр средств измерений.

Ведение Госреестра осуществляется в целях реализации положений Закона Республики Беларусь «Об обеспечении единства измерений» от 20 июля 2006 г. № 163-З и на основании постановления Госстандарта от 6 марта 2007 г. № 13 «Об утверждении Положения о Государственном реестре средств измерений Республики Беларусь» и РД РБ 50.8105-93 «Система обеспечения единства измерений Республики Беларусь. Положение о государственном реестре средств измерений».

В Госреестре содержится информация о типах средств измерений и государственных стандартных образцах, допущенных к применению на территории Республики Беларусь. И это его главная функция.

Тем не менее, Госреестр можно использовать в качестве инструмента маркетинговых исследований потенциальных поставщиков.

На официальном сайте Белорусского государственного института метрологии (БелГИМ) www.belgim.by в разделе

Решением для полноценной подготовки к процедуре закупки, которое выглядит логично, может стать создание многофункциональной системы поиска, полностью восполняющей недостаток информации.

Современные технологии позволяют специалисту службы снабжения в кратчайшие сроки находить необходимую информацию. Но данный тезис эффективен в случаях, когда однозначно определено то, что необходимо найти.

«Реестры → Поиск по реестрам → Перечень средств измерений, внесенных в Государственный реестр средств измерений Республики Беларусь» представлен онлайн-поиск по наименованию оборудования.

Данный поиск предоставляет возможность моментального нахождения производителя, а также способен предоставить перечень производителей в случае, если задается только вид оборудования.

Единственным минусом данного инструмента является поиск по оборудованию, которое является средством измерения и подлежит внесению в данный Госреестр.

Белорусская торгово-промышленная палата

Белорусская торгово-промышленная палата является негосударственной некоммерческой организацией, созданной в целях содействия развитию предпринимательской деятельности в Республике Беларусь, интеграции ее экономики в мировую хозяйственную систему, создания благоприятных условий для упрочения внешнеэкономических связей субъектов предпринимательской деятельности с иностранными партнерами.

На официальном сайте Белорусской торгово-промышленной палаты www.cci.by, кроме перечня предоставляемых услуг, которые могут заинтересовать службу реализации товаров организации, также представлен онлайн-поиск товаров по наименованию и иным характеристикам среди членов палаты, что может способствовать формированию перечня поставщиков, которые в дальнейшем будут приглашены к участию в процедуре закупки.

Также дополнительно в разделе «Бизнес ИНФО» размещаются коммерческие предложения различных компаний всего мира, которые также могут быть полезны специалисту службы снабжения.

Аутсорсинг

Данный вид деятельности представляет собой передачу части полномочий по поиску необходимой информации о потенциальных производителях и поставщиках и налаживание контактов с ними сторонней организации на возмездной основе. То есть привлечение внешней организации призвано не заменить собственную службу снабжения, а лишь дополнить ее.

Такой подход целесообразен, если собственная служба снабжения сталкивается с задачами, которые самостоятельно решить не представляется возможным. Примером может стать задача по поиску партнеров в другом регионе мира, главной сложностью в общении с которым является языковой барьер.

В настоящее время предложений о предоставлении таких услуг в сети Интернет достаточно, а значительный сегмент рынка занимают услуги по установлению контактов с производителями и поставщиками в Китае.

Выставки

Путь к взаимовыгодному сотрудничеству производителя и потребителя у каждого свой. Потребители ведут деятельность по нахождению наилучшего предложения по поставке товара, удовлетворяющего заданным требованиям, а производители решают задачи по информированию потребителей о своей продукции, и при этом они используют различные средства. Одним из них является выставочная деятельность, чем можно воспользоваться специалисту службы снабжения для решения своих задач.

Выставки проходят в различных отраслях и призваны налаживать диалог между производителем и потребителем. При этом главной особенностью выставочной деятельности является предоставление информации об инновационных продуктах на рынке.

Данный инструмент маркетингового исследования потенциальных поставщиков в наибольшей степени подходит для подбора существующих технологий при закупке различного рода систем оборудования, для которых на первоначальном этапе задаются только необходимые функциональные способности работы системы.

Размещение на нескольких тендерных площадках

Данный инструмент маркетинговых исследований имеет право на существование, так как в случае неудовлетворительного результата маркетинговых исследований с применением иных инструментов размещение информации о закупке в открытом доступе на нескольких тендерных площадках может способствовать получению от потенциальных производителей и поставщиков, которые не были обнаружены ранее по каким-либо причинам, технико-коммерческих предложений на поставку требуемой продукции.

При этом тендерные площадки могут быть как государственными, размещение на которых регламентировано только для определенных категорий организаций, так и частными, которые призваны сотрудничать со всеми категориями организаций.

Основными примерами таких тендерных площадок (на примере России) могут стать www.protend.ru, www.volga-konkurs.ru, www.trade.su, www.izgotovitel.ru.

Печатные справочники

Печатные телефонные справочники — инструмент маркетинговых исследований «из прошлого», который предоставляет справочную информацию о производителях и поставщиках. В настоящее время весь необходимый поиск ведется в сети Интернет, в связи с чем печатные телефонные справочники постепенно утрачивают свою актуальность.

Основным телефонным бизнес-справочником в РБ является «Бизнес-Беларусь». Также достаточно распространены региональные и городские телефонные справочники.

Телефонная справочно-информационная служба

Телефонная справочно-информационная служба — также не распространенный инструмент маркетинговых исследований потенциальных поставщиков.

Указанная база предоставляет только информацию, которая внесена в перечень данных о товаре (работе, услуге) от производителя или поставщика по заявительному принципу, в связи с чем охват предоставляемой информации незначителен.



Примером такого вида исследования могут стать изученные сведения от телефонной справочно-информационной службе «Инфолиния 185» (информационно-справочный портал www.185.by).

XXX

Проанализированные выше инструменты маркетинговых исследований потенциальных поставщиков в настоящее время включают в себя все имеющиеся современные коммуникационные ресурсы. Однако увя — складывается впечатление, что в некоторых случаях количество не всегда переходит в качество.

Если оценить число действующих предприятий, производящих от нескольких единиц до тысяч наименований продукции, и сравнить общий объем информации о данных предприятиях и выпускаемой ими продукции с учетом технических характеристик, необходимых для эффективного нахождения покупателем данной требуемой модели продукции, с количеством информации, которую специалист службы снабжения способен любыми имеющимися способами найти за определенно регламентированный промежуток времени, то становится понятным, что объемы данных результатов поиска отличаются не на один порядок.

Аналогию можно провести с бытовыми закупками отдельной семьи большого города, которой необходимо купить определенный каждодневный товар (например, продукт питания), и при этом обычно имеются данные по стоимости и характеристикам от нескольких близлежащих пунктов продаж данного товара. То есть имеются сведения только от незначительного количества поставщиков при существовании значительного количества потенциальных продавцов.

На официальном сайте Белорусской торгово-промышленной палаты www.cci.by, кроме перечня предоставляемых услуг, которые могут заинтересовать службу реализации товаров организации, также представлен онлайн-поиск товаров по наименованию и иным характеристикам среди членов палаты, что может способствовать формированию перечня поставщиков, которые в дальнейшем будут приглашены к участию в процедуре закупки.

Для ситуаций, когда продается товар от одного производителя и стоимостная разница регулируется только надбавкой поставщика, диапазон изменения цен на товар незначителен. В иных случаях стоимостная разница может оказаться существенной даже с учетом транспортных расходов.

Таким образом, можно сделать вывод: существующая ситуация не способствует полному изучению имеющихся на рынке товаров и подбору наилучшего предложения.

Решением для полноценной подготовки к процедуре закупки, которое выглядит логично, может стать создание многофункциональной системы поиска, полностью восполняющей недостаток информации. При этом в ней должен быть возможен как обычный поиск по наименованию модели, так и интеллектуальный по заявленным характеристикам продукта.

Потребитель в такой системе должен находить все имеющиеся предложения от потенциальных поставщиков для дальнейшего анализа и сопоставления.

Исходя из трудоемкости поставленной задачи, разработка такой системы даже в среднесрочной перспективе, по оценкам специалистов, не представляется возможной.

RUS ENG



БЕЛОРУССКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА

Беларусь
Общие сведения
Историческая справка
Экономика
Белорусская ТПП
Общие сведения
Членство в БелТПП
Члены БелТПП
Услуги БелТПП
Инвестиционная деятельность
Международные проекты
План экспорта, приемные комиссии
Личный экспорт года
Наши партнеры
Наши предприятия
Областные отделения
Белнотергоспо
Беллентаргас



В Нью Дели открылась Национальная экспозиция Республики Беларусь. Далее...



Подписано Соглашение о сотрудничестве между МИД Беларуси и БелТПП. Далее...



Визит делегации Красноярского края в Республику Беларусь. Далее...

Отделения БелТПП

