



*НАВСТРЕЧУ 75-ЛЕТИЮ ВАВТ*

## **Сравнительный анализ коммерческих условий и формирование цены на международных конкурсных торгах**

*Е.И. Босин*

*(Всероссийская академия внешней торговли)*

Целью проведения международных торгов является эффективная реализация инвестиционных проектов, выбор наиболее рационального способа обеспечения поставок оборудования, материалов, выполнения работ и оказания услуг, осуществляемых в рамках четко определенного проекта, достижение минимальных затрат при высоком качестве оборудования, материалов, работ, услуг и своевременное сооружение объекта. Наиболее часто к тендерным методам заключения контрактов прибегают при необходимости заключения таких сделок, при которых возникают сложности с определением контрактной цены.

Это объясняется существом организационного механизма подготовки и проведения тендеров, направленным на создание и стимулирование конкурентной среды. Торги рассматриваются как важный канал сбыта, и особенно острая конкурентная борьба развивается между фирмами развитых государств при участии в торгах в развивающихся странах. Следовательно экономический эффект проведения тендеров определяется формированием обязательных коммерческих условий выполнения поставок, работ и услуг, включая различные виды банковских гарантий, возможность финансирования и кредитования в виде рассроченных платежей; сравнением и оценкой полученных коммерческих предложений с выбором нескольких лучших; переговорами и уторгованием цены

предложения на этапе заключения контракта с победителем.

Коммерческие условия при проведении тендера содержатся в составе тендерной документации и сводятся к инструкциям для участников тендера и основным условиям контракта, который намечается заключить с победителем тендера.

Условия или проект контракта, который будет заключен с победителем торгов, включает помимо технических условий коммерческие: сроки поставки оборудования или выполнения работ по объекту, порядок установления цен, базисные условия поставки, условия платежа, информацию, связанную с возможным предоставлением оферентом кредита, штрафные санкции, условия арбитража и др. Здесь обычно действуют стандартные условия. Часто применяются условия, разработанные Международной федерацией инженеров-консультантов (ФИДИК) и Европейской экономической комиссией ООН.

Коммерческие условия тендера, как правило, разрабатываются генеральным консультантом заказчика, в роли которого обычно выступает инженерно-консультационная фирма (ИКФ) – разработчик тендерной документации. Она и определяет состав и содержание коммерческих условий. Среди них ИКФ особое внимание уделяет детализации размеров, сроков и условий предоставления банковских гарантий (Bid Bond, Performance



Bond]); информации об объемах работ с разделением поставок и работ на проектные работы, изготовление и поставку оборудования, строительные работы, монтаж и наладку; в зависимости от наличия такого разделения ИКФ вырабатывает проформы контрактов разного вида для каждого лота: это может быть единый контракт на условиях "под ключ", либо отдельные контракты на изготовление и поставку, строительные работы (традиционно выполняемые местными фирмами), авторский надзор, испытания и пуск в эксплуатацию.

При этом консультант составляет тендерные спецификации по всему перечню оборудования, дает предварительные сметно-финансовые расчеты для рекомендованных вариантов состава оборудования и конструкторских решений. Разработанные в составе технической части тендерной документации спецификации материалов и оборудования, а также ведомости объема работ и услуг служат основой для определения цены предложения. Правильное толкование требуемого объема поставок, работ и услуг с одной стороны помогает участникам сформировать предложение с минимальным уровнем цены, а с другой стороны позволяет организатору объективно оценивать предложения участников торгов.

В разделе "коммерческие условия" тендерной документации консультант также устанавливает форму подачи тендерного предложения, коммерческая часть которого должна находиться в отдельном конверте и содержать безусловное согласие участника с коммерческими условиями и сроками, детализированный график выполнения работ, ценовую часть, условия финансирования, включая возможное кредитование, вопросник по финансовому состоянию участника торгов и дополнительные условия, диктуемые местными тендерными законодательствами страны проведения торгов. Помимо этого в коммерческих условиях содержится примерный текст контракта между заказчиком и генеральным подрядчиком, процедура оформления контракта с победителем тендера, определение даты вступления контракта в силу.

Сами же международные торги и процедуру их проведения с точки зрения экономического анализа организационно-техни-

ческих и коммерческих условий можно представить как механизм предложения, контрпредложения и акцепта, когда организатор торгов делает объявление и рассылает тендерную документацию с проформой будущего контракта ("предложение"), участники перечисляют в банк организатора залог участия или Bid Bond, затем подают свои предложения ("контрпредложения"), после чего происходит отбор победителя, перечисление второго залога победителем на должное исполнение контракта или Performance Bond и подписание контракта с победителем ("акцепт").

В соответствии с международными правилами в конкурсном отборе решающую роль могут играть не только цена, но и другие наиболее приемлемые для заказчика условия, в том числе некоммерческие, которые зависят от специфики предмета торгов, целей и задач, поставленных заказчиком. Однако если предполагается отдать предпочтение некоторым предложениям по некоммерческим причинам, например, по местным, политическим, региональным и прочим соображениям, это должно быть четко отражено в приглашении/конкурсной документации.

Часто для заказчика критичны сроки исполнения контракта. Для многих развивающихся стран иногда решающим условием при выборе поставщика являются размер, длительность, стоимость и сроки погашения кредитов. Так, например, среди приоритетов заказчиков разных стран, в России победителем открытого конкурса признается участник, в заявке которого предложены лучшие условия поставок товаров (работ, услуг). В Японии контракт обычно присуждается предложению с наименьшей ценой. В большинстве стран отдадут предпочтение тому соискателю контракта, чье предложение удовлетворяет всем техническим критериям и наименьшее по цене. В Аргентине при равных условиях участников в тендере приоритет отдается местным субъектам хозяйствования. Более того, закон гласит, что преимущество имеют аргентинские оференты даже при разнице в цене на 5–10%<sup>1</sup>.

Возвращаясь к критериям определения "лучших условий" и, следовательно, победителя торгов в России, то согласно Феде-



рального Закона 2005 года № 94–ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд" таковыми помимо функциональных или качественных характеристик объекта торгов являются следующие коммерческие требования: цена контракта; расход на эксплуатацию товара; расход на техническое обслуживание товара; сроки поставки товара, выполнения работ, оказания услуг; объем и сроки предоставления гарантии качества товара, работ, услуг.

До настоящего времени главным фактором увеличения объемов торгов в России в 2005 г. является заметный рост внутреннего спроса на импортные поставки за счет благоприятной конъюнктуры на мировом рынке. Можно говорить, что развитие международных конкурсных торгов в России происходило в условиях увеличения внешнеторгового оборота. Статистика проведения торгов в РФ показывает, что, начиная с 1999 г. количество конкурсов на размещении заказов на поставки продукции для государственных и муниципальных нужд увеличилось с 2 2 тыс. до 111,6 тыс. в 2004 г., т.е. более чем в 5 раз. В частности, в 2004 г. из общего количества конкурсов и других способов закупок продукции 108,6 тыс. приходилось на открытые конкурсы, более 3 тыс. – на закрытые конкурсы. Кроме того, 484 тыс. – закупки способом запроса котировок, 203 тыс. – закупки у единственного источника. Стоимостной объем закупок для государственных нужд увеличился более чем в 6 раз со 120 млрд руб. в 1999 г. до 786,5 млрд руб. в 2004 г.

Выгода государства от размещения заказов на поставку товаров (работ, услуг) для государственных и муниципальных нужд на конкурсной основе заключалась в значительной прямой экономии средств бюджетов всех уровней. Так, при проведении закупок в России в 1999 г. экономия расходов бюджетных средств составила 7,7 млрд руб. (6,1% общего объема закупок на конкурсах); в 2002 г. – 36 млрд руб. (11,9%), в 2003 г. – 43,3 млрд руб. (8,6%) и в 2004 г. – 30,9 млрд руб. (5,32%)<sup>2</sup>. После принятия нового Федерального закона №94–ФЗ о государственных закупках, вступившего в силу 1 января 2006 г., экономия только за первые полгода состави-

ла 56 млрд рублей бюджетных денег; причем в I квартале 2006 года экономия составила 6%, а во II – уже 17,5%. Ожидается, что по итогам года удастся сэкономить не менее 150 млрд рублей от 2,3 трлн рублей всех средств, отпущенных на госнужды<sup>3</sup>. Несмотря на значительную экономию бюджетных средств в результате уторговывания оптовых цен, в мировой практике экономическая выгода от конкурсного заключения договоров составляет в среднем 8–12% и более, что, впрочем, сопоставимо с российской практикой.

Каждый тендерный комитет пользуется своей методикой сопоставления предложений. В России законом №94–ФЗ предусматривается требование к составу конкурсной документации по указанию процедур оценки конкурсного предложения, порядка оценки и сопоставления конкурсных заявок. В мировой практике перечень критериев и методика их оценки разрабатываются тендерным комитетом и может осуществляться методами балльной, экономической и балльно-экономической оценки: при наиболее распространенной балльной оценке сначала оценивается в баллах каждый критерий в зависимости от степени его соответствия/удовлетворения требованиям тендерной документации. Затем рассчитывается суммарное количество баллов с учетом коэффициентов весомости каждого критерия и дается оценка всей оферты.

Победителем признается оферент, получивший максимальное количество баллов. При выборе победителя методом экономической оценки критерием может быть минимум приведенных затрат, определенных с учетом дополнительной прибыли. Победителем становится оферент, предложивший наименьшие приведенные затраты на выполнение проекта и наименьшие эксплуатационные издержки объекта после пуска его в эксплуатацию. Если же по предмету торгов одна часть показателей может быть соизмерена по приведенным затратам, а другая методом балльной оценки, то целесообразно провести балльно-экономическую оценку. Таким образом, наиболее низкая цена не всегда является фактором, определяющим победителя торгов.



В любом случае расчет цены остается определяющим организационным моментом проведения торгов, так как расчет цены (стоимости) заказа делает сам заказчик, в то время как oferent может предоставить лишь свой расчет и определить цену своего предложения, а также указать размер скидки или надбавки к цене, расчет которой был сделан заказчиком. То есть определяющим моментом при расчетах цены предложения являются заданные заказчиком в тендерных требованиях условия и структура ценовой части, практика представления которой в укрупненном виде осуществляется в следующей последовательности и включает такие наиболее значимые расчеты как: расценка импортного оборудования и материалов в конвертируемой валюте, как правило, по базису поставки Ex-works или FOB на основании спецификаций и разделения поставок, разработанных в технической части, с учетом стоимости "ноу-хау"; расценка местного оборудования и материалов в местной валюте на базе разработанных в технической части спецификаций и разделения поставок; расчет всех затрат по доставке импортного оборудования и материалов от завода-изготовителя до площадки строительства; расчет всех затрат по доставке местного оборудования и материалов от завода-изготовителя до площадки строительства; расчет стоимости строительства, выполняемого подрядчиком, либо местными фирмами (включая стоимость основных строительных материалов и стоимость строительных работ); расчет стоимости монтажных работ для импортного и местного оборудования; расчет стоимости проектных работ, включая стоимость "ноу-хау"; расчет стоимости услуг по авторскому надзору; расчет затрат на обучение местного персонала и др.

В целом при определении цены тендерного предложения выполняется около 50–70 отдельных расчетов<sup>4</sup>.

Отход от принципов выбора наиболее дешевого предложения поставил в более выгодные условия компании, которые включают в свои оферты требования национальных тендерных законодательств стран проведения торгов, например, о наибольшем привлечении к реализации проекта местных производительных сил, что получает официальную

поддержку как в развивающихся так и в развитых странах и выливается, опять же, в ценовые преференции: местным фирмам объявляется приоритет при рассмотрении цен всех oferentov на оборудование или на объекты капитального строительства (ОКС), закупаемые через торги. Так, например, в США и Канаде для местных поставщиков и подрядчиков установлены ценовые преференции в размере 6%, что означает: если компания США предложит цену на 6% выше других зарубежных конкурентов, то приоритет – решение о победителе – отдается в пользу этой фирмы.

Еще выше ценовые преференции для местных фирм в развивающихся государствах. В частности, на проведенных в Индии торгах на расширение линий электропередачи в четырех штатах (включая закупку для них оборудования) цены местных фирм, в соответствии с условиями этих торгов могли быть до 15% выше цен их конкурентов, что имело место и в некоторых других торгах. В Бразилии местные фирмы получили узаконенный приоритет перед иностранными, выражающийся также в 15%-ной допускаемой разности в стоимости объектов, на которые проводятся торги. В Ливии при торгах на оборудование, производство которого налажено в стране, предпочтение отдается предложениям местных фирм, если их цены не превышают цены иностранных конкурентов более чем на 20%.

В качестве примера можно указать на некоторые торги, проведенные в Бразилии в течение последних лет. Так, в торгах на поставку трех турбогенераторов Бразильской Энергетической Компании мощностью по 50 тыс. кВт каждый предусматривалось обязательное участие в изготовлении этого оборудования местных производителей в размере 50% от общей стоимости заказа, а в торгах на поставку тяжелого мостового крана (грузоподъемностью 120 т) для одного из бразильских металлургических заводов обязательным условием для выдачи заказа являлось предоставление возможности местным фирмам выполнить 60% стоимости всего заказа. В торгах, проведенных на закупку генераторов мощностью по 250 тыс. кВт для ГЭС в г. Сан-Симон, предпочтение было отдано японской фирме Mitsubishi (выступавшей совместно с



бразильским филиалом швейцарской компании Broun Boveru – теперь "АББ"), несмотря на то, что цены американской фирмы Alis-Chalmers были ниже. Произошло это потому, что Mitsubishi гарантировала в своем предложении более высокую долю участия местных производителей – до 70%.

Коммерческие условия поставки, оплаты и цены представляют основной интерес для потенциальных поставщиков – участников тендера с одной стороны, а с другой – интенсифицируют конкурентную среду и преследуют достижение коммерческих выгод для заказчика, учитывая при этом объективные требования и условия регламентации торгов страны заказчика для решения конкретных внутренних задач.

Следовательно:

1. Любой участник (оферент) при выкупе тендерной документации и после тщательного изучения ее коммерческих условий обязан, прежде чем подготовить тендерное предложение, тщательно взвесить свои финансовые возможности, связанные с участием в торгах.

2. Компания-претендент должна заблаговременно изучить тендерное законодательство страны-организатора торгов и учитывать его специфику при разработке тендерного предложения, а в случае выигрыша торгов – строго соблюдать все нюансы в течение всего периода исполнения контракта.

3. Зачастую, при подготовке тендерного предложения иностранная компания-претендент должна привлекать одну из местных фирм страны-организатора торгов, используя таким образом преференции, пре-

доставляемые местным фирмам национальным законодательством, в своих целях (определение конкурентной цены и благоприятных коммерческих условий).

4. Можно считать несколько преждевременным в России законодательное предоставление иностранным товарам и поставщикам национального режима доступа к госзакупкам, чем пользуются в основном развитые страны. Преференции отечественным поставщикам по отношению к иностранным способствовали бы дальнейшей экономии средств бюджета и более широкому вовлечению в этот процесс российских фирм, так как, зная о преференциях для аналогичных отечественных товаров, иностранная компания была бы вынуждена заранее устанавливать в конкурсной заявке цену, меньшую на определенный процент, чем среднерыночные для конкретного российского рынка либо привлекать местные фирмы для совместного участия в составе консорциумов, либо на условиях субподряда. Факт предоставления "режима равного доступа" не является обязательным, не должен приводить к отмене преференций, а должен соответствовать интересам заказчика.

## **Примечания:**

<sup>1</sup>Еженедельная аналитическая газета для деловых людей «Белорусы и рынок», №4 (588), 2–9 февраля 2004 г.

<sup>2</sup>Материалы и решения конференции «Госзаказ 2005» на сайте [www.goszakaz.inconnect.ru](http://www.goszakaz.inconnect.ru)

<sup>3</sup>«Известия», 29 сентября 2006 г.

<sup>4</sup>Караваев Е.П. Промышленные инвестиционные проекты: теория и практика инжиниринга. – М.: МИСИС, 2001. – 299 с.