**Какие тендеры бывают?**

 Первая разновидность тендера – это «тендер цены». Заказчик точно знает, какие товары, работы или услуги и в каком объеме потребуются ему для выполнения задачи. А поставщики товаров или исполнители работ или услуг выдвигают свои предложения по поставкам товаров, по конкретным видам работ, срокам, периоду гарантийного обслуживания, дополнительным услугам – и главное по цене.

 Второй вид тендеров – это тендер «открытых решений». Такой тендер организовывается в том случае, когда специалисты компании не имеют четкого представления о том, какие товары, виды работ и услуг, потребуются им для достижения желаемого результата. Тендер «открытых решений» может объявляться и в том случае, если желаемый результат можно достичь различными способами. Компания в описании условий тендера (брифе) указывает проблему, которую ей необходимо решить или результат, который желательно достигнуть. Компании- участники предлагают свое видение решения проблемы.

 Такой тендер, конечно, подразумевает гораздо больший разброс по ценам и предлагаемым решениям, но взамен компания – заказчик получает уникальный шанс рассмотреть творческие разработки различных компаний.

 В том случае, когда приходится принимать сложные решения, применяют двухэтапную модель тендера. На первом этапе компания- заказчик выбирает концепцию решения, а на втором – ценовое предложение.

**Открытый или закрытый тендер?**

 Преимущества открытого конкурса – в его публичности, что важно при проведении крупных и сложных закупок, выборе подрядчиков для реализации масштабных проектов. У поставщиков в этом случае больше ответственности, они более тщательно относятся к подготовке и подаче предложений. Для поставщиков сложности связаны с тем, что конкурсная процедура четко регламентирована и по срокам, и по последствиям. Для заказчика сложности в трате временных ресурсов, в наличии элемента непредсказуемости, связанного с риском прихода непроверенных компаний.

 Закрытый конкурс - лучшая процедура для закупок небольшими партиями. Несмотря на сужение конкуренции, проще становится процесс обработки и оценки заявок, специально приглашаются проверенные компании.

**Правила подготовки к участию в тендере.**

 Как и любой бизнес-процесс, тендер имеет свои правила подготовки и проведения. Компания- заказчик описывает в конкурсной документации критерии и сроки выбора участников и победителя тендера.

 **Рассмотрим план работ по подготовке к участию в тендере.**

1 этап. Изучение тендерной документации и принятие решения об участии в тендере.

 Для подготовки предложения по участию в коммерческом тендере, необходимо познакомиться с конкурсной документацией компании, которая проводит тендер.

 Заказчик направляет бриф (приглашение к участию) потенциальным участникам тендера для рассмотрения.

 Стандартный бриф предполагает следующий состав:

1.описание компании-заказчика

2.постановка проблемы и описание желаемого результата

3.требования к участникам тендера

4.описание формы подачи заявки

5.критерии оценки претендентов

6.сроки проведения тендера.

Разберемся с содержанием брифа.

 Описание компании-заказчика.

 Для подготовки предложения по участию в коммерческом тендере, необходимо познакомиться с историей компании, которая проводит тендер. Необходимо обратить внимание на численность компании, сектор экономики, в которой она работает, вид бизнеса и его специфические особенности. Буклеты и брошюры, интернет-ресурсы о компании, содержание сайта компании позволят получить представление о заказчике. Информация о компании даст возможность правильно подготовить тендерную документацию.

 **Постановка проблемы и описание желаемого результата.**

 Этот раздел брифа показывает, какую проблему необходимо решить заказчику. Тендерная документация содержит техническую и коммерческую часть. В технической части дается описание и общая информация об объекте торгов, инструкция для поставщиков, информационные карты с указанием порядка подготовки и подачи конкурсных заявок и другая требуемая информация. В коммерческой части указаны цена, условия, графики платежей, источники финансирования контракта.

 **Требования к участникам тендера.**

 Среди требований может быть определено требование о наличии опыта проведения аналогичных проектов, отзывов предыдущих клиентов, наличие информации о сроке работы на рынке компании - поставщика.

**Описание формы подачи заявки**

 В этом разделе компания - заказчик оговаривает те разделы, которые должны фигурировать в заявке (предложении) от компании - участницы тендера.

 Критерии оценки

 Критерии оценки включают такие параметры, как цена, время проекта, отсутствие соисполнителей.

 Сроки проведения тендера

 Обычно указывают срок объявления тендера, срок начала и окончания приема заявок, ориентировочный срок рассмотрения заявок.

 Как правило, если объявляется «тендер цены», то к участию приглашаются 3 -4 организации. Если же запланировано проведение двухэтапного «тендера решений», то количество участников на первом этапе может быть от 5 до 9, а на второй этап выходят два – три участника, подготовившие наиболее интересные предложения.

2 этап. Уточнение позиций.

На этом этапе компании, подавшие первоначальные заявки на участие в тендере, могут обращаться к заказчику за дополнительной информацией, чтобы уточнить видение проблемы заказчиком и пути ее решения.

3 этап. Подготовка заявки.

 Довольно часто бывает так, что предприятие не допускают к участию в тендере еще на этапе проверки тендерных предложений, если поданная им заявка была некорректно составлена. Тендерные документы должны быть оформлены профессионально.

4 этап. Презентация предложений.

 Компания-заказчик тендера приглашает на встречу финалистов конкурса, которые имеют возможность убедить в том, что их предложение является лучшим. Для того, чтобы выиграть тендер, поставщику необходимо выгодно преподнести материал и заинтересовать заказчика. Профессионально подготовленная презентация должна быть доступной и наглядной, должна содержать графическую информацию, сопоставление с работой других компаний. Нелишним будет приложить список крупных заказчиков и клиентов компании-поставщика, их отзывы.

5 этап. Окончательный отбор.

 Ответственные руководители компании - заказчика коллегиально принимают решение о выборе того или иного поставщика. В процессе обсуждения уточняются мнения внутренних заказчиков, создается рейтинговая таблица, где с помощью метода средневзвешенного коэффициента определяется итоговый бал каждого участника тендера.

6 этап. Объявление победителей.

 На общем собрании или через СМИ при проведении открытого тендера или в персональном порядке, если тендер был закрытый, участники тендера оповещаются о завершении конкурсных процедур и выборе победителя.

 Бытует мнение, что для победы в тендере, нужны связи. Конечно, издержки есть в любом бизнес-процессе, и все же существует три определяющих критерия победы в коммерческом тендере - это цена контракта, качество и квалификация.