

浅谈我国招标投标制度的发展和趋势分析

王 敏 黑龙江省迈克招标有限公司

摘要：随着我国的经济不断发展以及世界经济一体化，为了更好的确保我国的经济的发展，在我国加入世界经贸组织之后，我国的各方面都开始努力的朝着国际目标进行，特别是招标投标制度这一方面。经过长时间的实践和实际应用，我国的招标投标制度一直在不断的进行更新和完善，但是在现阶段的实际应用过程中依旧存在着很多问题，本文的主要目的就是根据我国在招标投标制度中所存在的问题进行分析和讨论，并且针对问题给出相关的对策。

关键词：招标制度；发展现状；趋势分析

中图分类号：F284

文献标识码：A

文章编号：1001-828X(2018)018-0049-02

一、引言

经济不断向前发展促使了招标投标制度的出现，这是一种利用规定的组织以及程序来授予乙方合同的过程中，同时也是现阶段我国的市场中一种具有激烈竞争的方式。招标投标制度在我国的很多领域都被应用着，并且发挥了很大的作用，利用招标投标制度可以不断的提升我国市场的发展，对于企业来讲只有不断的提升自身的竞争力才能更好地进行企业发展。市场竞争不断激烈的今天，现行的招标投标制度其自身所存在的缺点也在实际的应用过程中被暴露出来，我们必须要对其进行完善才能更好地应用其来提高我国的经济效益。

二、现阶段我国招标投标制度中存在的问题

1. 招标投标市场的相关的制度还不够完善

招标投标市场的相关法律法规还不够完善是我们现阶段招标投标市场中存在的严重问题，由于很多法律法规不完善直接导致了不法分子利用法律空子来获取非法的利益。如在我国《招标投标法》中，其第六十五条中规定了，投标人在进行投标活动的过程中如果发现了所参与的招标投标活动其在进行实际的投标中不符合实际，或是违反了我国的有关投标活动的有关规定，作为参与者是有权向这场活动的招标人或者是招标单位提出相关的质疑，或者是直接进行投诉。但是从现阶段的实际应用来看，这一条法规存在着一定的漏洞，首先在投标者进行质疑或者投诉的过程中，并没有确切的部门和审理制度，这就导致了很多时候投标者上诉无门的问题，这一问题的存在也使得很多的招标者肆无忌惮的获取利益。其次在进行招标者的司法审查过程中，由于没有明确的规范和严密的审查程序，在进行审查的过程中也存在很多的限制，对于实际调查来讲是十分不利的。由于这些问题没有办法更好的用法律来约束招标者也直接导致了现阶段我国招标投标市场的不稳定性。

2. 招标的方式十分单一

通过我国的招标市场来看可以知道，现阶段我国主要应用的招标方式有以下两种，一种是由个人或是招标单位来进行公开的招标；而另一种则是由招标单位进行邀请招标。虽然在我国《招标投标法》中明确规定了在进行招标的过程中可以使用的两种基本的招标方式，但是如何进行选择并没有做一个详细的规定，换句话说也就是在进行招标方式的选择上招标方有很大的自主性，这一点直接导致了很多的招标方为了获取更大的利润来邀请招标，导致市场直接被一些企业垄断。除了一些政府的招标工作会进行强制的公开招标之外，很多的项目都不进行公开招标，这就使得社会很难具体的了解到有哪些工程，对于发展我国的市场经济是十分不利的，这也直接说明了我国的招标投标市场在公开监管方面以及监督方面都存在着十分明显的不足，我们必须更快的、更准确的解决好这些问题，让我国的招标投标制度变得更加的完善同时也保证了市场的稳定。

3. 惩罚的机制以及条款不健全

现阶段我国所存在的在进行招标的过程中一些违规的惩罚手段以及措施，已经在我国的《招标投标法》中的第四十九条里进行了相对规范的、明确的列举，同时在第五十三条中对在进行招标的过程中所存在的串通贿赂等行为进行了明确的规范，但是在责任的划分上却没有一个明确的规范。在进行处罚的过程中往往是单位的责任大于个人，这就使得很多人为了己私利而牺牲单位的利益，并且由于惩罚的力度不够大，很多人对于处罚并不在乎。

三、解决现阶段我国招标投标制度中存在问题的对策

1. 完善有关招标投标制度的法律法规

现阶段来看我国在有关招标投标制度的法律法规上存在着很大的不足，有很多现存的法规其自身都不够完善，甚至有些条例根本没有。招标投标制度的法律法规不完善直接导致了不法分子利用这一点来钻空子。为了真正的解决这一点，我们首先要做的就是找到现存的法律法规中出现问题的地方。如：在我国现存的法规中《招标投标法》中的第九条，关于招标投标的文件中，有关项目的澄清内容或者是有关项目的说明的内容以及内容所涉及的范围需要进一步的完善，确定具体是哪些条例、哪些项目，在不同的种类工程中这些项目和条例又类同于什么，这些都需要我国的法规明确的进行说明和解释，只有这样才能避免出现法律漏洞，同时在这一法规中原法规说道“在进行招标的过程中可以要求投标人”可以改为“在进行招标的过程中应要求投标人”这样一来无论是招标者或是投标者都可以更好的考虑和保证好自身的利益，避免出现对一方过于倾斜这种事情，同时这种做法也可以有效的避免很多的纠纷，也可以更好的规范投标者的行为。或是《招标投标法》中的五十二条：在进行招标的过程中，一旦招标人泄露了有关招标的信息的规定，以及在第五十五条中所述的在进行招标的过程中存在着弄虚作假这一行为，这些条例应该具体的明确到整个招标的过程，而不是招标的当天，对不同的行为也应该规定出不同的处罚方式，针对所泄露信息量的不同处罚也不同，只有这样才能真正的保证负责招标的人员不会因为己私利泄露招标信息，保证我国市场的安全性和可靠性，对于我国的企业发展也是有好处的。

2. 完善我国现存的招标方式

现阶段我国所存在的两种招标方式，虽然都可以应用在市场上，但是其自身所存在的问题也是我们不可以忽视的，为了更好的保障我国的招标投标制度，我们必须要对招标方式进行有效的完善。目前来看，我国所出台的《政府采购法》这一法规中，其所涉及到的事物仅仅适用于现阶段我国的国家重点工程，而很多项目都无法适用这一法规，为了有效地解决这一问题，我们可以将我国的《招标投标法》与《政府采购法》这两部法规进行有效的结合并且进行相互衔接，将法规中所述的竞争性谈判、询价等等不同的招标方式进行规范，确保在进行招标的过程中每一步都有法可依、有法必依。在确定招标投标制度的时候还需要对每一种不同的招标方式确定

其所适合的应用范围,同时还需要对其自身的应用范围进行明确的规定和要求,避免不法分子钻取法律漏洞,也可以避免有些招标的负责人疲于思考应用一种招标方式在所有的项目中,对于我国不断的规范招投标市场有着非常大的好处。在进行竞争性的谈判招标过程中,可以由招标人直接的与多家不同的潜在的招标人同时进行谈判,并且进行商议,在商议的过程中确定彼此需要承担的义务和享受的权利,在商议结束后招标方可以没有任何约束地将合同授给其中的一家,并且从法律上来看没有必要一定要优先授予投标方合同报价最低者。这样以来可以有效的保证我国招投标市场的稳定性,同时也可以避免在进行招投标的过程中出现在没有确定招标之前就已经给出合同这一问题,或是默认授予投标方合同报价最低者。

3. 加强对招投标参与人的处罚

现阶段在我国有很多的招投标活动中,负责投标的管理者会在事先将一些信息进行泄露,以此来赚取利润。这种行为本身就是违法的,并且具有损公肥私这一性质很多人都打着为了项目单位或者是为了投标单位好的旗号,利用自己手中的权力来进行信息的泄露,有关这一问题我国虽然有相关的法律但是其自身的惩处不够严厉,在面对利益的诱惑下有很多人都无法把持自己内心的平衡,权衡利弊之后还是会选择对信息进行泄露,为了真正地避免这一问题的出现,从根本上解决这一问题我们需要加强法律的惩处程度。为此在法律责任的设置上,首先我们应该做的就是加强对招投标的过

程中参与信息泄露的人进行个人的经济处罚,其处罚的金额根据项目自身的利润来进行倍数的叠加,这样才能真正的提高法律自身的威胁力。同时还需要对招标方的负责人进行处罚,这样一来招标方才会更加认真地的去进行管理,对于想要通过其他方面来进行信息获取的投标方也需要进行经济上的处罚,同时取消其招标资格,针对其所获得信息的多少来进行经济处罚。由于每个人所了解的信息多少不同,需要进行责任化,对于信息获取或是泄露最多的人给予最多的惩罚。只有这样才能从根本上控制在现阶段我国进行招投标的过程中所存在的违法行为。

四、结语

根据本文以上所述可以知道,在现阶段我国的招投标制度中依旧存在着很多没有解决的问题,这些问题直接的影响了我国的经济发展以及我国的社会建设,为了更好的发展我们必须要针对这些问题进行有效的解决,我国的相关部门也必须针对这些问题给予重视,只有这样才能促进我国的招投标制度更好的完善,帮助其在发展的过程中良性发展。

参考文献:

- [1] 夏柯.我国招投标制度中存在的问题与解决对策[J].中小企业管理与科技:上旬刊,2017(7):51-52.
- [2] 张银玲.浅议我国招投标制度中存在的问题与完善方法[J].农村经济与科技,2017,28(14):294-294.

上接(第48页)

1. 市场定位在实施中存在偏差

真功夫的市场定位战略最大的目标群体是都市白领,并且让这一部分群体频繁地光顾真功夫。然而根据本文调查问卷的分析中,发现在南京的5家较大规模的真功夫门店,都市白领人群并不多,约占20%。占大多数的是城市中的中老年人,接近70%。其中1家在南京南火车站,这里距离商业圈的白领十分地远,与真功夫起初的市场定位背道而驰。真功夫一开始的市场定位并不存在严重的问题,都市的白领阶层收入较高,生活节奏快,恰恰是需要这样的营养、健康、便捷的中式快餐,他们有足够的购买力。

2. 市场细分不够广泛,目标市场拓展不足

真功夫目前仍旧将目标市场放在工薪阶层白领的这一部分人身上,它忽略了在快餐行业,儿童青少年是主力军。真功夫并没有根据青少年儿童的口感与体验,去开发新产品。真功夫缺乏像肯德基麦当劳那样的青少年儿童套餐,这些手段会吸引儿童与家长的消费。除此之外,真功夫对近几年兴起的健身产业没有重视,健身爱好者对于真功夫而言也是一个庞大的市场。据统计,中国每年健身人数以百分之15到百分之20的速率增加,预计2020年将增加到接近2亿人,真功夫错失了这一庞大市场。同时中老年人也是一个较大的市场,上文中提到接近70%的中老年人群,在真功夫内进行了消费,对中老年市场没有把握住机会。

五、真功夫发展的建议

1. 企业重新定位市场

依据近年来,真功夫企业市场调查报告来看,真功夫的消费群体接近70%是中老年人群,仅20%是白领人群。真功夫可以针对70%的中老年群体再定位,例如定位在年龄30到60岁之间的中老年,推出适合此类群体的养身套餐,加大养身套餐的生产量,适当减少以往套餐的生产量,大力推广养生餐的同时促进经典套

餐的售卖。

2. 拓展目标市场,拓宽细分市场

拓宽细分市场,尤其是90后与00后青少年群体,细分至3到8岁的儿童,9到12岁的青少年。针对现在的90后00后的青少年群体,研发符合他们口味与情感价值的新产品。针对儿童群体,研发香甜可口、营养的儿童套餐,吸引儿童消费者。针对健身人群,上市健身营养餐,少油、少盐的特色产品。比如,儿童套餐可以上市土豆丝,蒸玉米,蒸紫薯等符合中式快餐标准的产品。健身餐可以上市健身爱好者热爱的鸡胸肉、牛腱肉等蛋白质含量更高的单品。

六、结语

综上所述,真功夫餐饮管理公司制定的营销战略对于企业发展与盈利产生巨大影响,影响有好的方面,也存在部分负面影响。餐饮企业必须根据自身的发展状况,制定正确的营销战略,使得企业获取更高的收益。真功夫在发展过程中实行的营销战略,对真功夫企业的发展都带来了积极的影响,并且也给予餐饮业一个借鉴的经验,进而促进我国餐饮业的发展。

参考文献:

- [1] 付高鹏.“真功夫”发展现状分析及其对策[J].商,2014(23):19.
- [2] 万佳.以“真功夫”为例浅析中式快餐业的市场营销战略[J].中国商贸,2011(2):9.
- [3] 刘芳.重庆餐饮业市场定位和发展战略初探[J].经营管理者,2010(13):104.
- [4] 邓瑜.餐饮业市场细分及经营原则研究[J].中国商贸,2009(2):121-122.
- [5] 张炜.我国餐饮业绿色营销战略研究[J].商场现代化,2014(29):78-79.