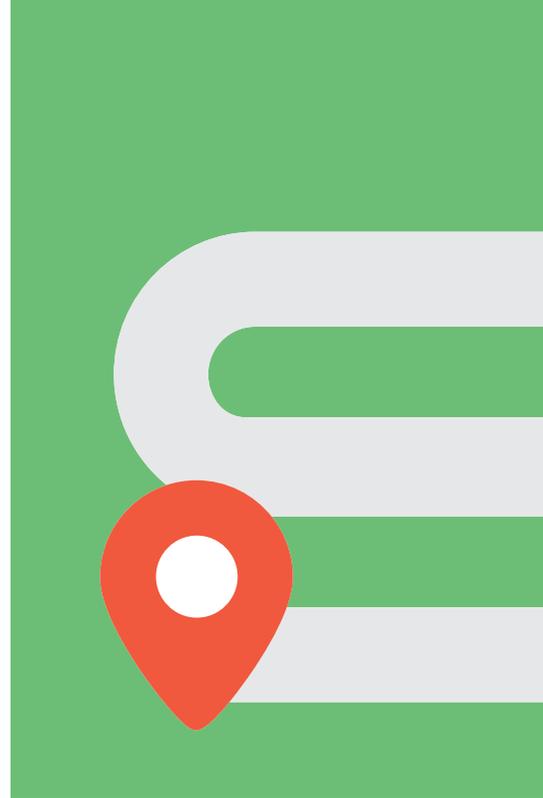


ПУТЬ ЗАКАЗА



НАТАЛЬЯ
ЮГРИНОВА

Крупнейшие заказчики демонстрируют переменные успехи в исполнении предписанной государством квоты по закупкам у малого и среднего бизнеса. Некоторые из них уже оценили выгоды размещения заказов в более конкурентной среде. Например, «РусГидро» удалось сэкономить на закупках за 2016 год около 9 млрд рублей — 5% от всего объема закупок. Другие с трудом перестраиваются на новые порядки и, как и раньше, заключают контракты с одним поставщиком, невзирая на квоту. Четыре крупные госкомпании рассказали «Бизнес-журналу» о том, как складываются отношения с «малыми» поставщиками, и какие преференции бизнесу они готовы предоставлять.

КЕЙС 1. «РОСНЕФТЬ» И СКОРОСТНЫЕ ЗАКУПКИ

Группа компаний «Роснефть», по данным Корпорации «МСП», заключила в 2016 году наибольшее количество договоров с малым и средним бизнесом — 136 млрд рублей в общих торгах и 24,8 млрд в результате «спецторгов». Впрочем, нужно считаться с тем, что «Роснефть» традиционно закупает много: в 2015 году, к примеру, общий объем ее заказа превысил 4,5 трлн рублей. Как пояснила вице-президент компании Светлана Рай, сегодня закупки у малого и среднего бизнеса составляют 13% от расчетной базы компании. Резко выросло число участников торгов, которые прошли аккредитацию на электронной торговой площадке: сейчас на ней 5,8 тыс. предприятий — на 60% больше, чем в 2015 году.

Тем не менее большую часть договоров «Роснефть» заключает с субподрядчиками, а с поиском прямых поставщиков всё же возникают проблемы. По мнению эксперта, главная причина это-

го кроется не в закрытости системы, а в низкой информированности бизнеса о том, что стать поставщиком крупной компании сравнительно легко. «Мы постоянно проводим конференции, рассказываем бизнесу о правилах участия в торгах, — говорит Светлана Рай. — От этой работы есть ощутимый результат». В компании полагают, что использование федерального реестра субъектов МСП ускорит процесс. С его помощью можно будет искать подходящих по профилю поставщиков и рассылать персональные приглашения потенциальным участникам торгов с помощью электронной торговой площадки.

Основные виды услуг, которые малый бизнес выполняет для «Роснефти», — строительные-монтажные работы. Кроме этого, он поставляет оборудование, в том числе пожарного назначения, пиломатериалы, провода и кабели. Привычные и лёгкие для исполнения со стороны малого бизнеса расходные материалы и офисные принадлежности, а также сувенирная продукция тоже являются популярными лотами. По итогам



2016 года госкомпания проведёт тщательный анализ того, какие именно виды работ и продуктов привлекают малых и средних предпринимателей. Будет дана и оценка того, как идёт исполнение договоров. Сейчас поставщики получают оплату по выполненным контрактам в 30-дневный срок. Однако корпорация рассматривает возможность сократить его до 20 дней. Столько же — двадцать дней — сейчас требуется на то, чтобы заключить договор с момента победы предприятия на конкурсе.

По словам Светланы Рай, проведение спецторгов, на которых участвуют только субъекты малого и среднего бизнеса, несколько тормозит процесс госзакупок. Сейчас они проводятся последовательно, чередуясь с торгами на общих условиях для всех поставщиков. Если бы можно было осуществлять их параллельно — так, чтобы малый бизнес из перечня прямых поставщиков участвовал в торгах одновременно с другими игроками рынка, но ему отдавалось бы предпочтение — удавалось бы работать эффективнее. «Для «Роснефти» самое главное — сроки закупки, и наша задача проводить торги как можно быстрее», — отмечает эксперт.

КЕЙС 2. «РОССЕТИ» И ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Госкорпорация «Россети» — системообразующая электросетевая компания, которая управляет более чем 70% распределительных линий и 90% магистральных линий электропередач в России. Отсюда растут корни специфики закупок, которые достаются малому и среднему бизнесу. Он занимается строительством, реконструкцией объектов, ремонтными работами. Большой блок контрактов — выполнение работ, связанных с финансами, информационными технологиями. «На нашем примере видно, что малый бизнес может производить и поставлять не только простую продукцию, но и широкий спектр товаров, работ и услуг, — говорит директор департамента организации закупочной деятельности ПАО «Россети» Юрий Зафесов. — Что важно, это достаточно надёжные партнёры». Самое главное, что малый бизнес готов поставлять инновационную продукцию, предлагать гибкие и быстрые решения. В

«Россетях» видят в этом огромное конкурентное преимущество — к тому же связанное с ценовой экономией. В 2016 году компании удалось выйти на рекордные показатели работы с «малышами»: доля их закупок составила 60% (существенный рост по сравнению с 43,1% в 2015 году), доля прямых закупок — около 20%. Разрыв свидетельствует о том, что малый бизнес часто и охотно принимает участие в торгах на одной площадке с крупными предприятиями, и не так сильно нуждается в проведении спецторгов. «Для нас гораздо более притягательным является участник, который выигрывает на общих основаниях», — поясняет Юрий Зафесов.

Каким образом удаётся достичь столь высокой вовлечённости малого бизнеса в торги? Во-первых, компания создала специальную электронную торговую площадку для субъектов малого и среднего предпринимательства. В отличие от других торгов, где нужно платить за аккредитацию просто для того, чтобы подать заявку, здесь сбор снимают только с победителя торгов. Размер его минимален — от 1,5 до 5 тыс. рублей. Помимо этого, компания минимизировала пакет документов, который необходимо предоставить в заявке, и по возможности перевела его в электронный вид. И, наконец, коммуникации с поставщиками часто ведутся в ручном режиме. «Когда «Россети» видят, что на торги пришёл один участник, — рассказывает Антон Гетта, советник руководителя исполкома «Общероссийского народного фронта», — они персонально обзванивают и приглашают предприятия: приходите, у нас есть для вас работа». Среднее число участников торгов в госкомпаниях сегодня составляет 4,4 предприятия. По мнению президента «ОПОРЫ России» Александра Калинина, очень важно, что в госкомпаниях вопросами закупок занимается высший менеджмент (на уровне заместителей руководителя), который на постоянной основе вовлечён во взаимодействие с предпринимателями — например, в рамках общественных советов, конференций. В этом случае ответственное лицо видит проблемы бизнеса и имеет мотивацию их решать.

В 2017 году «Россети» планируют развить инструменты факторинга, которые начали впервые применять в прошлом

году. В рамках этой программы поставщикам разрешено применять факторинг по контрактам в пределах 20 млн рублей. Эта мера, по мнению компании, позволит бизнесу эффективнее распоряжаться финансовыми потоками даже в условиях отсроченных платежей по договорам.

КЕЙС 3. «РОСАТОМ» И ИННОВАЦИИ

Компании «Росатом» тоже удалось серьёзно продвинуться в деле привлечения поставщиков из числа малого и среднего бизнеса. В 2015 году объём закупок не превышал 28 млрд рублей, а в 2016-м — вырос до 52,4 млрд (на начало декабря). База данных по контрагентам расширилась почти втрое; сегодня в ней насчитывается 6,7 тыс. компаний. Номенклатура закупаемых товаров и работ пока не так широка и составляет 500 позиций. Однако «Росатом» готов её активно наращивать. Более того, по словам директора по закупкам «Росатома» Романа Зимонаса, если вы — компания, производящая инновационную высокотехнологичную продукцию, необходимо занять проактивную позицию и «идти в наступление». Причем необязательно в рамках стандартизированных торгов, ведь о вашей уникальной разработке госкорпорация пока не знает.

В частности, в 2016 году через единое окно в госкорпорацию обратилась небольшая подмосковная компания «РАМ» (в свое время получившая инвестиции от «Инфрафонда РВК») с предложением о сотрудничестве. Она разработала специальные защитные плёнки на основе наноалмазов, которые можно наносить на поверхности металлических и композитных материалов, чтобы продлить их срок службы и износостойкость. Такая технология заинтересовала «НИИГрафит», входящий в группу компаний «Росатом». Предприятие использует при проведении механической обработки дорогостоящие резцы и фрезы. Новая разработка могла бы продлить срок службы обрабатываемого инструмента в 2-8 раз, как заявили представители «РАМ». «НИИГрафит» передал партнёру образцы резцов, на которые тот нанёс наноалмазную плёнку. Сейчас инструменты проходят испытания в реальных производственных условиях. Если заявленные характеристики подтвердятся, две компании заключат договор о долгосрочном сотрудничестве.

«Росатом» пока ещё нащупывает оптимальный формат для проведения госзакупок. Одна из новаторских идей госкорпорации в этой сфере, которую планируется внедрить в 2017 году, — создание своеобразного «интернет-магазина» для госзаказа. Сегодня госкомпании связаны таким алгоритмом: они объявляют торги, поставщики заходят на сайт, готовят заявку, подают её через электронную торговую площадку. В соответствии с новой экспериментальной схемой процесс будет выглядеть по-другому. Малое предприятие будет регистрироваться на площадке и сразу загружать на неё весь необходимый пакет документов — однократно, а не каждый раз заново. Там же оно сможет оставить прайс-лист на свою продукцию. «Росатом» со своей стороны предоставляет весь перечень продукции, которую он готов приобретать у малого и среднего бизнеса, а также примерные технические задания и объём предварительных заказов в течение года. Когда торги действительно стартуют, все, что должна делать компания, — обновлять свою цену. Едва у «Росатома» возникает потребность в покупке, он заходит в «интернет-магазин» и выбирает нужную продукцию среди ofert поставщиков. В идеале за пару кликов мышкой можно завершить заказ и заключить электронный договор.

Такая площадка будет абсолютно прозрачной: поставщики, как в настоящем магазине, смогут видеть цены друг друга и предлагаемые объёмы. «С помощью такого механизма мы гораздо эффективнее распоряжаемся временем, — говорит Роман Зимонас. — Не нужно будет ждать, пока заказ разместится, придут все заявки, они будут вскрыты, пройдёт заседание комиссии, подведение итогов и вывешивание протокола. Торги будут более открытыми и быстрыми».

КЕЙС 4. «РЖД» И ПРОБЛЕМЫ МОНОПОЛИИ

Данные «РЖД» по закупкам железнодорожного гиганта расходятся. На пресс-конференции в Корпорации «МСП» в прошлом ноябре компания объявила, что объём заключённых с малым и средним бизнесом контрактов составляет более 104 млрд рублей, однако пресс-служба железнодорожной монополии предоставила «Бизнес-журналу» меньшую цифру — 71 млрд рублей (это пятая часть от всех закупок компании). Так или иначе, госкомпания также отмечает прогресс в работе: количество участников электронной торговой площадки выросло на 25% до 16 тыс. компаний, а число её посещений увеличилось в два раза. В пресс-службе рост объясняют упрощением порядка доступа малых и средних предприятий к закупкам, снижением стоимости сертификата для участия в торгах, сокращением количества запрашиваемых документов, ускорением расчётов с поставщиками.

Вице-президент «РЖД» Анатолий Чабунин, впрочем, говорит о том, что монополистам достаточно тяжело выполнить предписанную квоту. Он приводит в пример коллег по отрасли — «Федеральную грузовую компанию». «Это один из крупных владельцев вагонов, который оказывает услуги по предоставлению подвижного состава, — говорит эксперт. — При этом в большом объёме закупок, порядка 49 млрд рублей в год, львиная доля — закупка самих вагонов. Малый бизнес ни производить, ни продавать вагоны не умеет; «Уралвагонзавод» предложит и лучшую цену, и необходимый объём. В итоге компания физически не может выйти на квоту». По мнению Чабунина, это системная проблема госзакупок: ряд монополистов вынуждены покупать продукцию у таких же монополистов-поставщиков просто потому, что малому бизнесу тягаться с ними не под силу. Выход он видит в более внимательной комплектации лотов таким образом, чтобы оставался простор для деятельности как малых и средних, так и крупных поставщиков.

В выступлении на Петербургском экономическом форуме летом прошлого года Чабунин также рассказал об одной из программ поддержки поставщиков, которую планируется запустить в «РЖД». «Мы хотим взять на вооружение инициативу ПАО «КАМАЗ», — говорит он. — Если кто не знает, генеральный директор компании Сергей Когогин сделал одну простую вещь: взял пустующие на заводе цеха, поделил их на бизнес-зоны, пригласил туда малый бизнес и организовал различные производства, в том числе производство гаек для локомотивов. Мы провели некоторую инвентаризацию и тоже увидели пустующие помещения, которые по сегодняшним технологиям просто не подходят для нужд компании, — локомотивные депо и так далее. Такая работа будет проводиться в ближайшее время». Эксперт надеется, что площадки с подключёнными действующими коммуникациями станут своеобразным технопарком для поставщиков и смогут спровоцировать рост совместных с малым бизнесом проектов.