

Review конкурентные закупки

«Развитие государственного каталога полностью соответствует нашим интересам»

Председатель совета директоров компании B2B-Center **Александр Бойко** рассказал корреспонденту «Ъ» **Светлане Рагимовой** о том, в какую сторону движется рынок электронных закупок и как на нем отражается экономический спад.

— эксперт рынка —

— Наблюдаете ли влияние кризиса на закупки?

— Любый кризис всегда отражается на закупках. Мы уже проходили это в 2008 и 2012 годах. Спад, начавшийся в 2014 году, все еще не закончился. Мы видим, что есть тенденция к сокращению числа инвестиционных проектов, направленных на расширение, строительство новых объектов. В основном идут закупки, направленные на поддержание производства, ремонт, плановую модернизацию. Когда есть большие инвестиции в развитие, запускаются крупные проекты, появляются большие заказы, рынок оживает. Сейчас такого нет. Уменьшается средняя сумма закупки: компании стремятся покупать небольшими партиями и только то, что нужно для поддержания бизнеса. Это также нас подталкивает к переходу от сложных закупочных процедур к более простым схемам. Небольшие компании не хотят проводить сложные закупки: им нужно купить небольшую партию, условно — тысячу шариковых ручек, в три клика. Мы стремимся давать такую возможность, развивая свой каталог товаров и услуг. Создаем фактически тот самый «блокнот», которым закупщики привыкли пользоваться, но с огромными возможностями.

— Какие основные тенденции развития отрасли электронных торговых площадок (ЭТП) можете отметить?

— Переход на закупки через каталоги — это одна из тенденций. Также мы развиваем финансовые сервисы внутри площадок — считаем, что это важно для клиентов и что это отраслевой тренд на ближайшие годы. Девять лет назад мы ввели такое новшество, как электронная банковская гарантия. Сегодня эта услуга уже стала рыночным стандартом. Мы также стали предлагать обеспечение заявки поставщика денежными средствами, то есть как посредник гарантируем, что заказ будет выполнен поставщиком, а деньги получены заказчиком. Выступаем гарантом между людьми и компаниями, которые друг друга не знают, деньги хранятся на нашем счету. По такому принципу работают платежные системы типа PayPal, для B2B это относительно новая практика. Мы считаем, что

финансовые сервисы и дальше будут развиваться. Весь рынок идет в этом направлении.

Также важная тенденция — подвижки в сфере образования. Мы работаем над тем, чтобы в стране профессия закупщика стала признанной, чтобы ее можно было получить, так же, как любую другую. Создали вместе с МГУ дистанционную программу обучения, разработали целый курс, после которого можно сдать тесты и получить сертификат МГУ. Это хороший практический курс, после которого можно начинать карьеру в этой области. Знания передаются не только преподавателями МГУ, наши собственные сотрудники читают лекции по организации закупочной деятельности. Развитие образования в закупках — это один из трендов, который мы видим в данной сфере. Наша цель на далекое будущее — создание университета в этой области, и мы постепенно, маленькими шагами идем в этом направлении.

Также мы видим, что необходимо выстраивать международное партнерство. Год назад начали развивать отношения с Китаем. Недавно посетили конференцию в Латинской Америке, общались с представителями площадок из Бразилии, Мексики. Конечно, наблюдаются различия в менталитете, в принципах работы. Если американцы ищут товар, то в России ищут поставщика. Компаниям из США все равно, кто поставит товар — их интересуют цена и условия. У нас же ищут надежного партнера с хорошей репутацией.

Можно создавать консорциумы с иностранными площадками, делиться информацией, следить за динамикой цен, показывать, как на разных рынках меняется спрос. Это может быть крайне удобно для заказчиков, которые не ограничены закупками лишь в одной стране. Мы развиваемся в этом направлении и считаем, что рынок пойдет в эту сторону рано или поздно. Рассматриваем Индию как интересный рынок, где уже есть предпосылки для построения бизнеса в сфере развития ЭТП. В отличие от Китая, промышленность в Индии не так развита, есть высокий спрос. Китайцы все еще покупают «по блокноту», там есть запас маржи, внутренняя конкуренция пока низкая. В Индии более зрелая потребность в ЭТП.

— Какие наиболее острые вопросы сейчас стоят перед рынком электронных закупок?



— Рынок электронных закупок уже достаточно зрелый: ему почти 15 лет. Логично, что сейчас настало время его переосмысления. В первую очередь это связано с предстоящим отбором площадок для размещения госзаказа (первый отбор площадок прошел в 2010-м, а в 2015-м аккредитация площадок для новой системы не состоялась). Во-вторых — с очевидной потребностью устранить пробелы и недоработки в существующей законодательной базе. В-третьих — с перестройкой самой логики, чтобы закупщик и поставщик могли в рамках закупки общаться на одном языке. Сейчас, например, очень много говорится о создании единого сертифицированного каталога товаров. Этой затеей увлеклись государство, «Ростех», все электронные торговые площадки. Все хотят создать такой каталог с нуля. Мы же считаем, что не нужно изобретать велосипед. Такой каталог уже есть — имеет смысл его развивать и получить удобный инструмент для всего рынка. Мы занимаемся его созданием уже много лет и точно знаем, что такой проект потребует больших усилий и финансирования.

— Как вы вообще относитесь к этой идее? Зачем рынку такой каталог?

— Мы считаем, что каталог необходим отрасли. В его основе должна лежать нормативно-справочная информация (НСИ) разных участников рынка. Мы начали развивать это направление много лет назад, чтобы компании, работающие на нашей площадке, имели возможность свою базу НСИ загружать в общую систему. Это дает возможность

поставщикам и заказчикам общаться между собой на одном языке в одних терминах. Это, конечно же, касается только товаров. Мы считаем, что конкурсные закупочные процедуры останутся, но они будут связаны с закупками услуг, а не физических объектов. Каталоги позволяют упростить процесс покупки любой вещи и сделать его максимально прозрачным. Нужно всего лишь отметить соответствующую позицию в каталоге, система выдаст список предложений — останется выбрать лучшее из них по цене. В B2B-сегменте сделка — это более сложная процедура, чем покупка товара физическим лицом в интернет-магазине. Она сопровождается договором купли-продажи. Используя процедуру заказа через каталог, закупщик всегда может объяснить, чем обосновывался его выбор. Это в интересах акционеров, которые в любой момент могут проверить чистоту закупочного процесса, это актуально и для государства, которое заботится о бережном расходовании бюджета.

Фактически мы только в начале работы по созданию такого каталога, хотя и протестили уже огромный путь. Мы готовы совместно работать с государством, делиться своими алгоритмами, чтобы в обмен иметь возможность быстро совершенствовать наш каталог. Кроме количества мы боремся также за качество — за то, чтобы находить позиции в нашем каталоге было удобно. Мы используем для этого собственные технологии.

— Для чего вам делиться своим каталогом и опытом его создания?

— Мы не альтруисты, мы строим бизнес. Развитие такого государственного каталога полностью соответствует интересам нашей компании.

Чем больше в нашем каталоге позиций, тем большую ценность он несет для наших клиентов, и это в итоге лучше для нас. Мы объясняем заказчикам необходимость помещения их НСИ в общую базу товаров, но это не всегда получается. А государство может их обязать. Таким образом, благодаря содействию регулятора каталог может значительно расширяться. С другой стороны, мы много работаем с частным сектором, в котором, в отличие от государственного, потребности в продукции очень широкие. У каждого из промышленных предприятий номенклатура закупаемой продукции может исчисляться несколькими сотнями тысяч позиций. В госзакупках разве что в строительных проектах могут быть обширные списки закупаемых товаров, но это узкая, специфическая категория. То есть государство на самом деле не может самостоятельно создать адекватный каталог — нужна помощь игроков конкурентного рынка.

Для нас развитый каталог — это также способ сделать более эффективным трансграничное взаимодействие. Покупателю становится неважно, где находится товар, он видит конкретную позицию, понимает, что описание соответствует его потребностям, и может сделать заказ, не забывая о том, где находится поставщик. Наверное, сейчас это одна из основных задач в электронной торговле в секторе B2B в мире. Любительные игроки движутся именно в этом направлении — упростить трансграничную B2B-торговлю.

— Фактически эти каталоги меняют ландшафт рынка электронной торговли.

— Именно так. Мы и наши клиенты, отрасль в целом стремимся к оптимизации этой деятельности, повышению эффективности закупочных процессов. Чем меньше времени и сил уходит на них, тем лучше для всех. Сейчас компании уже получили возможность благодаря использованию ЭТП значительно экономить на закупках.

— Как вы составляете свой каталог? В какой стадии проработки он находится?

— Для нас это вполне рабочий инструмент. Каждый поставщик оперирует небольшим каталогом продукции, которую он производит. В свою очередь, у каждого из заказчиков есть каталог закупаемой продукции, и обычно он на порядок шире. В общий каталог один такой заказчик может вносить сотни тысяч наименований. Понятно, что эти множества могут пересекаться, некоторые товары могут по-разному назы-

ваться, но являться, по сути, одним и тем же. Поэтому мы постоянно занимаемся процессом унификации, устраним дублирование, тщательно составляем описания. Это серьезная научная задача, к которой привлекаем специалистов по ГОСтам, десятки лет занимающихся каталогизацией и обладающих колоссальным опытом. У нас в компании над этим трудится целый отдел.

Также мы постоянно работаем с заказчиками, стремимся привлечь их к этой деятельности, включить их базы НСИ в общую систему. Некоторые заказчики приходят к нам сами, и просят провести процесс унификации, чтобы более эффективно делать закупки. В некоторых случаях поставщики не получают заказы просто потому, что они неправильно назвали свой товар — его не находят заказчики, даже если и хотели бы купить. Мы работаем с ними, помогаем скорректировать тексты, и они начинают более эффективно работать.

Составление каталога — это бесконечный процесс, поэтому количество позиций в нем постоянно уменьшается, но увеличивается. Конечно же, мы модернизируем всю информацию, которую сгружают клиенты. Часть работы делается вручную, часть — машиной. Используем алгоритмы унификации: компьютерная система сравнивает те позиции, которые обозначил поставщик, с теми, которые указаны у разных заказчиков, и удаляет синонимичные записи. Затем специалисты обрабатывают те ситуации, с которыми машина не справилась. Таким образом, устраним в том числе проблему опечаток или намеренного искажения названия.

Информация в каталоге должна быть актуальной, мы следим за этим. Товары постоянно меняются, появляются инновации. Иногда приходится даже удалять неактуализированные части каталога.

— Как вы относитесь к новым идеям государства по поддержке малого бизнеса?

— Большинство инициатив в этой области у меня вызывает грусть, к сожалению. Например, есть идея маркировать малых поставщиков, чтобы заказчики покупали у них товары по более высокой цене. Но почему вдруг компания должна переплачивать? Это уже не рыночная конкуренция. На мой взгляд, помогать малому бизнесу можно через оплату участия в электронной площадке или через помощь в переводе на английский язык каталога продукции. Но давать преимущество по цене, на мой взгляд, порочная практика. Если бы государство обязало компании внести свои списки продукции в единый каталог, а затем оплатило перевод его на английский, это была бы серьезная поддержка.

Поворот регулятора

— обзор рынка —

С13 **Заглавные буквы**

Список отраслей, в которых ЭТП работают наиболее активно, в текущем году не изменился. По словам господина Бойко, основные заказчики на ЭТП — это по-прежнему компании нефтегазового сектора, электроэнергетического сектора и атомной отрасли. «Традиционно наиболее активно возможности электронных закупок используют компании из ресурсоемких отраслей: добывающая и обрабатывающая промышленность, металлургия, энергетика, телекоммуникация, поскольку именно для таких компаний повышение эффективности управления издержками имеет не менее в последние годы все более активно на рынок электронной торговли выходят заказчики из банковского сектора и ритейла», — добавляет Дмитрий Миндич.

По словам эксперта, регулируемые закупки формируют в среднем не менее 60% оборота крупнейших ЭТП, за исключением — B2B-Center. У этой площадки больше 60% оборота генерирует частный сектор.

Доли рынка основных ЭТП более или менее достоверно известны только в регулируемом сегменте, то есть в сегменте закупок по 223-ФЗ и 44-ФЗ. Всего по состоянию на 20 июня с Единой информационной системой (ЕИС) интегрировано 170 электронных торговых площадок, обеспечивающих проведение закупок в соответствии с федеральным законом № 223. По данным Минэкономики, на трех крупнейших электронных площадках осуществляется 49% всех закупок этой категории в электронной форме: ЭТП ПГБ (490 млрд

руб.), B2B-Center (354 млрд руб.), ЭТП ЗАО «ТЭК-Торг» (329 млрд руб.).

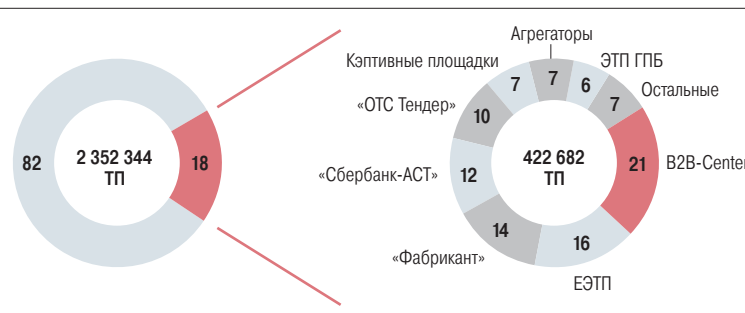
Что касается торгов в коммерческом сегменте, то здесь у участников рынка есть разные мнения о распределении долей. В корпоративном сегменте, согласно консолидированным оценкам нескольких экспертов, четверка лидеров выглядит так: крупнейший игрок B2B-Center (площадка уникальна тем, что около половины оборота формируют закупки частных компаний). Среди лидеров также ЕЭТП, «Сбербанк-АСТ», «Фабрикант.ru» вместе с аффилированными площадками. Относительно близко к этой четверке располагается «РТС-тендер». За ними с большим отставанием идут региональные — Onlinecontract, zakazf.ru, специализированные, например «ТЭС-Электра», площадки, зависимые от одного крупнейшего клиента (АКД, SETonline), а также Tender.Ro. Крупные объемы генерируют ЭТП ПГБ и «ТЭК-Торг» — так называемые экзотические (корпоративные) площадки «Газпрома» и «Роснефти» соответственно. Они работают только на одного заказчика и не могут называться участниками рынка в общепринятом значении. В свете возможного поглощения компанией «Сбербанк-АСТ» площадки ОТС.ру, которая за последние два года очень существенно нарастила базу корпоративных клиентов, расстановка сил по итогам 2016 года еще может измениться, хотя вряд ли конкуренты смогут опередить лидера.

Рука на тумблере

Будущее рынка ЭТП во многом зависит от действий регулятора, впрочем, это влияние было основополагающим и в прошлые годы. Георгий Суходольский говорит, что возможно несколько сценариев развития событий, которые давно обсуждают

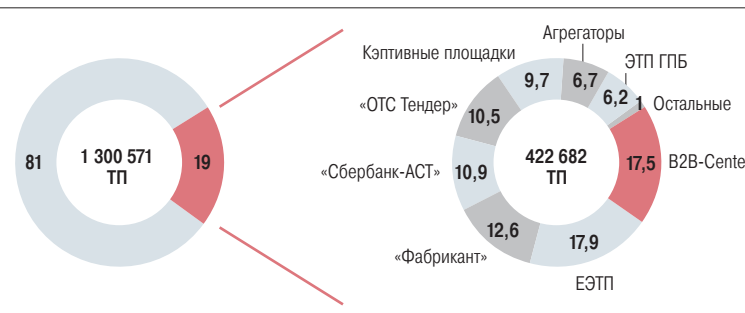
ЗАКУПКИ ПО 223-ФЗ В 2015 ГОДУ (%)

ИСТОЧНИК: «СПАРК-МАРКЕТИНГ»; ТОРГОВЫЕ ПРОЦЕДУРЫ УЧИТЫВАЮТСЯ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛОТОВ.



ЗАКУПКИ ПО 223-ФЗ-6М В 2016 ГОДУ (%)

ИСТОЧНИК: «СПАРК-МАРКЕТИНГ»; ТОРГОВЫЕ ПРОЦЕДУРЫ УЧИТЫВАЮТСЯ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛОТОВ.



ся игроками. Первый вариант — рынок будет жить по текущим правилам: госзакупки ведут пять аккредитованных ЭТП, торги по 223-ФЗ проводят неограниченное число площадок. Второй вариант, который видит эксперт: будет производиться отбор ЭТП с формированием единого перечня для 44-ФЗ и 223-ФЗ, а также для банкротства и приватизации (универсальные ЭТП). Третий путь: по госзакупкам будет отдельный отбор, по 223-ФЗ — другой, либо, возможно, будут установлены пороговые требования для площадок, которые хотя бы работают в этих направлениях. В начале лета, по словам Георгия Суходольского, обозначился еще один сценарий: вместо всех существующих ЭТП может быть создана одна го-

ного регулирования. А в остальном будут и слияния компаний, и появление на рынке новых игроков в сфере автоматизации, развивающихся до формата ЭТП и др..

Андрей Бойко также отмечает, что активная позиция правительства по усилению контроля госзакупок (44-ФЗ) и закупок государственных компаний (223-ФЗ) может вызвать изменения долей основных игроков в сегменте ЭТП. Это в итоге может привести к уходу с рынка небольших площадок и переводу закупок крупных государственных корпораций с собственных экзотических площадок на универсальные.

Дмитрий Миндич добавляет: «Как и в прошлом году, ключевой фактор развития рынка услуг ЭТП находится за пределами этого рынка. Поправки в законы 223-ФЗ и 44-ФЗ, предполагающие ограничение числа площадок, допущенных к проведению регулируемых закупок, пока не приняты, тем не менее эта реформа остается в повестке дня. Учитывая удельный вес регулируемых закупок в обороте межкорпоративной электронной торговли, проведение такого рода отбора, правила которого до сих пор неясны, приведет к радикальному реформированию рынка услуг ЭТП. Такая перспектива во многом определяет поведение участников рынка. В этой связи, если ситуация не изменится, можно ожидать активизации процессов слияния и поглощения на рынке услуг ЭТП».

По словам Кирилла Кузнецова, генерального директора Центра эффективных закупок Tender.ru, если круг площадок, работающих по 223-ФЗ, будет ограничен, например, только пятью площадками, на которых сегодня осуществляются государственные закупки, немалое число ЭТП прекратит существование. Причем за бортом могут оказаться

крупные отраслевые и корпоративные площадки. «Этот процесс заметно ускорит второе грядущее потрясение — перевод государственных закупок в электронную форму», — говорит он. — Сегодня на ЭТП проводятся только электронные аукционы. Однако соответствующий законопроект уже принят в первом чтении, и хотя по ряду причин его дальнейшее прохождение приостановилось, шансы на принятие в ближайшем месяце весьма высоки. В этом случае доля госзаказа, приходящая на ЭТП, возрастет в разы, причем проводить такие закупки будут все на той же пятёрке площадок».

В любом случае, куда бы ни повернул регулятор, ситуация в сфере электронных закупок отражает общее состояние экономики, поэтому ожидать мощного роста не приходится. «До тех пор пока не восстановится инвестиционный спрос, межкорпоративный электронный рынок не сможет выйти на докризисные темпы роста», — констатирует Дмитрий Миндич. — Пока основным ресурсом роста остается расширение проникновения услуг ЭТП — привлечение новых клиентов и увеличение доли электронных закупок у тех компаний, которые уже пользуются этим инструментом. Однако этот ресурс будет исчерпан уже в обозримой перспективе. Операторам уже сейчас приходится искать новые способы увеличения дохода с одного клиента («среднего чека»). Поэтому одним из перспективных направлений развития бизнеса операторов может стать развитие разного рода дополнительных и сопутствующих сервисов для участников электронной торговли: от маркетинговых и консалтинговых услуг до предоставления финансовых услуг и развития новых форматов электронной B2B-торговли».

Светлана Рагимова