

малый и средний бизнес

Быстрый, гибкий, электронный — живой

Компании малого и среднего бизнеса (МСБ) в кризис особенно страдают, так как теряют покупателей. Электронные торговые площадки помогают взамен исчезнувшего заказчика найти сразу много. Но для получения регулярных заказов и участия в закупках наравне с крупными поставщиками таким компаниям приходится трансформироваться.

— практика —

Крупные заказчики все чаще предпочитают работать с небольшими поставщиками. Игорь Прохоров, совладелец компании «Аксиома Электрика» из подмосковного города Фрязино, объясняет, что контракт на 1 млн руб. для небольшой компании имеет большее значение, чем для крупного поставщика. Именно поэтому компании из сегмента МСБ готовы предоставлять максимально качественный сервис независимо от размера контракта. «Правда, сейчас проблема в том, что многие крупные проекты сворачиваются из-за кризиса», — замечает он. Есть и другая серьезная проблема — отсрочки по оплате, которые достигают в некоторых случаях 120 дней. «Иногда в силу законодательства поставщик может получить деньги и вовсе через два-три года», — рассказывает Екатерина Петруша, начальник отдела маркетинга АО «Электромаш» из подмосковных Мытищ. — Кроме того, далеко не всегда удается достичь взаимопонимания с заказчи-

ком. Некоторые клиенты не понимают, что такое норма отгрузки. Например, лист стеклотекстолита 40 мм весит 96 кг, а клиент хочет 13 кг. То есть «отпили и отправь». Но, по ее словам, хорошему клиенту компания готова пойти навстречу, тем более что, решаясь идти на тендер, поставщик проясняет все нюансы. «Если потом отказываешься от поставки, сразу же попадаешь в черный список», — предупреждает госпожа Петруша.

Клининговая компания из Кемерово «Примекс-Кузбасс» тоже сталкивается с проблемными клиентами и тоже старается найти подход к каждому заказчику. «Некоторые из них не всегда умеют ставить адекватные задачи. Здесь играет роль человеческий фактор. Например, мы оперативно реагируем на любые резкие изменения погодных условий и уже знаем, когда и сколько нужно предоставлять уборочной техники. Однако некоторые клиенты при первых признаках снегопада могут позвонить и срочно потребовать дополнительные средства для уборки», — рассказывает помощник руководителя Примекс-Кузбасс Марина Губани. Но главная проблема, по ее словам, — это не клиенты, а конкуренты, предоставляющие некачественные услуги. «Сегодня на рынке появилось слишком много небольших компаний, которые не готовы предоставлять заявленное качество. После

них тяжелее договариваться с клиентами», — признается госпожа Губани.

Но несмотря на все сложности, все больше поставщиков из сектора МСБ выходит на рынок электронных торгов и успешно развивает новое направление, иногда для этого серьезно трансформируя бизнес-процессы. Так, компания «Электромаш» занимается поставками уже 15 лет, но только в начале 2016 года организовала собственное производство. «Мы накопили опыт, связи, в том числе с заводами и поставщиками, примерили на себя роль дилеров заводов, а затем открыли собственное производство», — рассказывает Екатерина Петруша. Главные критерии, которые предъявляют заказчики к поставщикам, — это сроки, цена и качество, говорит она, «причем на первом месте стоят, наверное, сроки, потому что всем обычно „надо вчера“, но при этом лучшего качества». Чтобы соответствовать столь жестким условиям, «Электромаш» создает для постоянных клиентов складские запасы. «Мы знаем наших клиентов и знаем, что им нужно», — замечает Екатерина Петруша. Среди клиентов компании — РЖД и Уральгазавод.

Крупные заказчики признают, что малые и средние поставщики более гибкие и клиентоориентированы, чем их более крупные конкуренты, ведь часто для них нет понятия «неурочное время», «обед», «конец рабочего дня».



Несмотря на все сложности, все больше поставщиков из сектора МСБ выходит на рынок электронных торгов

По словам директора по маркетингу станкостроительной компании «Коско» Евгении Ткаченко, для клиентов важна скорость реагирования на их запросы, а любое промедление или любой простой сразу может сказаться на репутации поставщика, ведь, например, от надежной работы «Коско» может зависеть работа огромных, иногда градообразующих предприятий. «Мы должны уметь заранее планировать нашу деятельность и быстро исправлять возможные ошибки. В первую очередь речь идет о командной работе, взаимодействии сервисных и тендерных служб. Если у нашего клиента завтра вдруг появятся новые требования к продукции, которые нами еще не отработаны, мы как можно скорее научимся соответ-

ствовать этим новым требованиям», — подчеркивает госпожа Ткаченко.

«Коско» работает с 2012 года, начала как торговая компания, но, как и «Электромаш», стала производителем. Смена курса позволила освоить рынок, понять запросы покупателей, узнать, какой уровень качества оборудования востребован рынком. «Мы освоили эту азбуку, после чего было организовано производство ленточно-пильных станков», — говорит Евгения Ткаченко. Компания оказалась в тренде импортозамещения и локализации иностранных (итальянских) станков — правда, часть комплектующих «Коско» по-прежнему завозит из Италии, поскольку в России сегодня их невозможно производить в силу технической сложности. В остальном же компания освоила необходимый модельный ряд. «Мы осваиваем серийное производство разной сложности, ведь от разных клиентов мо-

гут поступать совершенно разные запросы. При этом мы как участвуем в тендерных закупочных процедурах, так и практикуем прямые рыночные продажи. Нам пришлось решать управленческие вопросы по оптимизации бизнес-процессов, для того чтобы быстро и правильно реагировать на запросы клиентов и рынка: быстро подготовить правильное коммерческое предложение, предложить именно то оборудование, которое необходимо, адаптировать коммерческие и товарные запросы в зависимости от отраслевой принадлежности клиентов», — поясняет Евгения Ткаченко. По ее словам, сейчас в первую очередь окупаются и модернизируются предприятия ОПК. Первый станок «Коско» поставила НПП «Салют».

Для того чтобы стать успешным поставщиком крупного бизнеса, необходимо обладать большим опытом работы с клиентами, уметь выявлять важные для них нюансы и учитывать их потребности, уверена госпожа Губани. В этом случае на первое место выходят кадровые ресурсы компании. «Кроме того, необходимо следовать новым тенденциям. В случае с нашей компанией это новые методы работы, новые производственные средства для услуг, новые методики и технические карты, которые разрабатывает наш технологический отдел», — перечисляет она.

Небольшие компании выживают и даже наращивают выручку в сложные времена за счет желания ценить каждый заказ, умения быстро освоить новые технологии и оперативно подстроиться под нужды клиентов.

Алексей Угатов

КОНТЕКСТ СПИСОК ПОКУПОК ДЛЯ ГОСОВ

Сайт zakirki.gov.ru, где размещается информация обо всех закупках государства и госкомпаний, функционирует уже несколько лет. Его появление было первым шагом к тому, чтобы сделать эту сферу прозрачной. Следующий шаг — введение единого каталога закупок товаров. Минэкономики предполагает, что такой инструмент появится в России уже в начале 2017 года как часть Единой информационной системы государственного заказа. Министерство отвечает за формирование и ведение каталога, порядок его ведения и процедуры использования определяет правительство РФ. Когда каталог начнет функционировать, госпредприятиям придется либо закупать только те позиции, которые в нем есть (причем в заданном ценовом диапазоне), либо проходить сложную процедуру добавления новых позиций в общий список (предполагается через ФАС). Это исключит возможность называть обычный болт «крепежным ротационным механизмом» или пачку бумаги

— «средством хранения информации», чтобы знающий аффилированный поставщик выиграл конкурс и получил контракт. Дмитрий Миндич, исполнительный директор проекта «ЭТП в России — кто есть кто» рейтингового агентства РАЕХ («Эксперт РА»), объясняет: «Для повышения эффективности и прозрачности регулируемых государством закупок создание единого номенклатурного каталога крайне важно. Сейчас никто, кроме самого заказчика, не располагает достоверной информацией о реальных ценах за единицу товара, работ, услуг, закупок государственным и муниципальными заказчиками, а также госкомпаниями. Без такого каталога невозможно ни полноценно планировать закупки, ни автоматизировать их, ни формировать аналитическую отчетность. Кроме того, эта система необходима для того, чтобы начальные максимальные цены контрактов соотносились с реальными ценовыми предложениями на рынке. Таким образом, создание работающего

справочника будет иметь заметный антикоррупционный эффект». Сейчас Минэкономики работает над документом, в котором будут описаны временные правила формирования и ведения каталога на основе уже имеющегося у московской администрации опыта. Также планируется привлечь экспертов ВШЭ для разработки шаблонов федерального каталога. Предполагается, что включение информации о товарах будет платным для поставщиков. Создавать каталог с нуля неэффективно. По разным оценкам, составление списка в 100–200 тыс. позиций обойдется государству в несколько десятков, а кто-то считает, что и сотен миллионов рублей. Такая работа займет не один год. Скорее всего, за основу будет взят какой-то из существующих каталогов. Но главный вопрос, который остается: кто же займется реализацией проекта? Это могут быть внешний подрядчик, коалиция компаний с опытом создания таких каталогов или государственная организация.

Тендерные различия



— закупки —

При этом доля конкурентных закупок, участником которых были только субъекты малого и среднего предпринимательства, составила 39,6%, говорится в годовом отчете компании. В свою очередь на машиностроительном предприятии «Росатома» «ОКБМ Африкантов» сообщили о закупках 2015 года на 10,6 млрд руб., из которых на Приволжский федеральный округ пришлось более четверти процедур. При этом аукционы на сумму свыше 6,6 млрд руб. были конкурентными и допускали расширение возможностей участия в них.

Другая монополия — РЖД также активно взаимодействует с МСБ в вопросах закупок. Как рассказал «Ъ» начальник Горьковской железной дороги (ГЖД) Анатолий Лесун, с начала года объем закупок РЖД у малого и среднего бизнеса превысил 71 млрд руб., а доля таких договоров с ГЖД приблизилась к 70%.

Аукционы с участием некрупных предпринимателей активно проводят муниципальные «Теплоэнерго» и Нижегородский водоканал. Так, за три квартала 2016 года доля закупок «Теплоэнерго» у субъектов МСБ составила 43,4%, или 967,6 млн руб., а в тендерах Нижегородского водоканала на малые предприятия пришлось 47,7% торгов общей стоимостью 851,2 млн руб.

Единовременные закупки

Между тем надзорные органы говорят о сложностях, с которыми малый и средний бизнес постоянно сталкивается в процессе участия в торгах. Как отмечает руководитель нижегородского управления Федеральной антимонопольной службы Михаил Теодорович, наибольшее число жалоб в УФАС поступает именно на закупки крупных предприятий и государственных тендеры. «Это основная составляющая потока недовольства. Претензии самые разные: в основном они касаются тендерной документации, описания товара. Заявители указывают на то, что фактически конкурсная документация профилируется под конкретных поставщиков, происходит искусственное сужение круга участников. Это делается разными способами, но сводится к одному: заказчики стараются купить товар у каких-то определенных поставщиков», — рассказывает господин Теодорович. По его словам, основной причиной противоречий между заказчиками и участниками торгов является несовершенство системы государственных закупок, когда до 40% аукционов, по статистике жалоб, выигрывают единственные поставщики. «На словах заказчики согласны с нами, но система

в целом работает так, как она работает. На наш взгляд, нужны глубинные системные решения, которые бы разрешили эту коллизию», — считает Михаил Теодорович.

Уполномоченный по правам предпринимателей в Нижегородской области Павел Солодкий, в свою очередь, отмечает, что нижегородские предприниматели по большей части участвуют в тендерах в регионе. Господин Солодкий напоминает, что государство в качестве заказчика представляется бизнесу надежным партнером и стимулирует активность участия в тендерах. Но анализируя поступающие жалобы, бизнес-омбудсмен говорит о нередких случаях сговора заказчика и исполнителя. «Предпринимателей также смущает большое количество электронных площадок для проведения торгов. Бизнесу сложно найти информацию об объемах и сроках закупок государством товаров, работ и услуг для своевременно принимаемых решений», — подчеркнул Павел Солодкий.

Другим препятствием уполномоченный видит затратность процедуры подготовки документов на участие в торгах и необоснованное завышение заказчиком требований к поставляемым товарам и условиям аукциона. «Излишняя регламентация процедур приводит к ошибкам и, как следствие, недопуску предпринимателей к торгам. Мы наблюдаем высокий процент несоответствия торгов и, соответственно, закупку у единственного поставщика. После двух-трех отклонений от участия компании, как правило, прекращают подавать заявки на закупки», — сказал Павел Солодкий.

Еще одной проблемой являются несоответствия товара, поставленного по итогам конкурса, требованиям заказчика. Над решением этого вопроса работают Торгово-промышленная палата Нижегородской области совместно с министерством экономики и конкурентной политики региона. По статистике ТПП, уже в первые месяцы контрольных проверок выявлено около 50% случаев. «На мой взгляд, бизнесу важны меры по ограничению сроков оплаты по контрактам, а также оптимизация обеспечительных мер для участников торгов», — добавил нижегородский бизнес-омбудсмен.

Роман Рыскаль

Как проверить контрагента

Риск оказаться у разбитого корыта по вине недобросовестности делового партнера сегодня актуален как никогда. Причем на стадии до заключения выгодной сделки все может идти как по маслу, а потом — раз, и оказывается, что под видом благонадежного предприятия скрывалась, скажем, фирма-однодневка.

С точки зрения профильного отечественного законодательства, в прокуратуре добросовестности делового партнера, на первый взгляд, вроде бы нет особой необходимости. Если угрозало связаться с мошенниками, то тут уж ничего не попишешь. Тем не менее, когда приходит пора налоговых проверок и среди деловых партнеров выявляются компании с признаками однодневок, наступает время серьезных проблем. Как минимум, предпринимателю приходится доказывать, что он проявил должную осмотрительность и на самом деле не является злостным уклонистом от уплаты налогов.

Возникает закономерный вопрос: как обезопасить себя от подобных сюрпризов? Конечно же, нужно проверить деловую репутацию своего потенциального контрагента. С одной стороны, не лишним будет навести справки посредством «сарафанного радио». Однако полагаться только на мнение, пусть даже очень сведущих и опыт-

ных людей, все же не стоит. Мало ли что там «одна бабка сказала»? С другой стороны, можно пойти на просторы интернета и «прошарить» все доступные тематические ресурсы. Но время зачастую бесценно, и, если делать все вручную, можно упустить выгодную сделку. Есть третий, более надежный и быстрый вариант — воспользоваться аналитической системой проверки контрагента, благо сегодня на рынке есть, из чего выбирать. Например, Seldon.Basis — поисковая аналитическая система, которая содержит актуальные, регулярно обновляемые сведения о 20 миллионах российских компаний и предпринимателей, что позволяет пользователю по одному клику найти всю необходимую информацию о своем контрагенте. SB самостоятельно анализирует данные и экономит время проверки — одним словом, все под рукой. Для большей наглядности и удобства сведения о каждом деловом партнере размещаются в единой кар-

точке. Для определения индекса благонадежности того или иного предприятия в системе используется примерно 25 ключевых показателей финансовой, экономической и правовой деятельности компании. Более высокий рейтинг означает меньшую вероятность того, что компания является однодневкой или была создана для реализации финансовых махинаций. «Дерево связей», в свою очередь, позволяет пользователю отслеживать аффилированность различных компаний и предпринимателей.

В любом случае, при выборе способа проверки потенциального или уже существующего контрагента не следует забывать про осмотрительность, которая зачастую является основой безопасности и стабильности бизнеса.

«Для того, чтобы проверить вашего партнера, на сайте basis.myseldon.com в поле «промо-код» введите KOMMERSANT12 и получите три дня полного доступа».

SELDON BASIS

Промо-код: **KOMMERSANT12**

3 дня полного доступа к basis.myseldon.com