

Поставщики не торопятся, заказчики не спешат

Власти Татарстана озабочены низкой эффективностью электронных госзакупок

Айгуль Чуприна

На прошлой неделе в Казани состоялось расширенное заседание рабочей группы по контролю функционирования электронной товарно-информационной системы (ЭТИС) с представителями министерств, ведомств и муниципалитетов Татарстана. На совещании были даны довольно низкие оценки как поставщикам, которые очень неактивно вовлекаются в процесс госзакупки, так и заказчикам, доля закупок которых у местных производителей пока ничтожно мала. Досталось и Агентству по госзаказу РТ, которое упрекнули в излишней сложности ЭТИС для потребителей.



Яков Геллер считает, что пока татарстанские предприниматели недостаточно подготовлены для работы в ЭТИС

Напомним, что обеспечение прозрачности торгов по госзаказу и рынка сбыта для товаропроизводителей было названо основной задачей ЭТИС. Как отметили участники совещания, объемы только местных госзакупок в Татарстане составляют ежегодно примерно 50 млрд руб. Однако в первом квартале 2010 года через ЭТИС муниципалитеты закупили товаров на 169,72 млн руб., и лишь на 580 тыс. руб. — у

местных производителей. «Это даже не смех вызывает, а слезы, — прокомментировал ситуацию генеральный директор Агентства по госзаказу, инвестиционной деятельности и межрегиональным связям РТ Яков Геллер. — Понятно, что у всех министерств разные подходы к закупкам, но сметы примерно одинаковые. Это вопрос патриотизма».

С товаропроизводителями дела обстоят еще хуже. По мнению чиновников, бизнес пока не осознает, что госзаказ для него — это новая ниша. Так, по словам министра экономики Марата Сафиуллина, под председательством которого прошло расширенное заседание рабочей группы, практически все татарстанские товаропроизводители, особен-

но в кризис, жалуются, что они недозагружены, что отсутствуют заказы, меры господдержки и при этом не торопятся на площадки госзаказа. Ситуацию с российской площадкой (zakazrf.ru) Марат Сафиуллин назвал и вовсе «страшной»: «Несмотря на то, что на площадке представлены госзаказы на существенные суммы, мы не можем своевременно подобрать и представить для них продукцию татарстанских производителей».

Как сообщила заместитель министра промышленности и торговли РТ Гульнара Ахмадеева, с целью привлечения к торгам по госзаказу поставщиков министерство отслеживает аукционы и направляет в адрес потенциальных поставщиков подробную информацию о них. По словам госпожи Ахмадеевой, сейчас из числа подведомственных крупных и средних предприятий аккредитовано всего 23. «Для себя мы ставим ориентир привлечь за год на площадку 80-100 средних и крупных предприятий», — сказала она, добавив, что министерство также направляет приглашения принять участие в работе площадки и в другие регионы. По ее словам, всего направлены обращения в адрес 35 регионов — но и их

активность пока оставляет желать лучшего.

Ранее Яков Геллер высказывал мнение, что причины низкой активности товаропроизводителей банальны — в привычной лени и нежелании осваивать новые площадки. Но опрошенные «где Деньги» товаропроизводители отказываются признать себя лентяями. Это подтверждает и замминистра сельского хозяйства РТ Минсагир Нуртдинов, по словам которого министерство получает обратную связь о том, что братья за многие заказы попросту невыгодно: общая сумма заказа многомиллионная, а отдельные поставки по 150-200 кг, осуществлять которые попросту экономически нецелесообразно.

Трудность у товаропроизводителей также вызывают и комбинированные лоты: в одном аукционе речь идет о поставке и хлебобулочных изделий, и мясных, и молочных, сетует господин Нуртдинов. С ним согласна и Гульнара Ахмадеева из Минпромторга.

Однако Яков Геллер считает, что выставление условий крупным заказчикам, в частности Министерству обороны, может привести к тому, что они уйдут на другие площадки.

В свою очередь заместитель министра строительства архитектуры и ЖКХ Андрей Ясько объясняет недостаточную популярность ЭТИС ее излишней сложностью, «недружественностью» для клиента. Таким образом он парировал сетования господина Геллера на низкий уровень компьютерной грамотности предпринимателей, из-за чего работникам Агентства по госзаказу приходится ездить по районам и деревням и учить людей, «как на кнопки нажимать». По мнению господина Ясько, в системе работают в основном продвинутые пользователи, но и у них часто возникают технические проблемы. По его же словам, некоторая информация не своевременно доводится до участников системы, что вызывает неудобства в работе.

В итоге дискуссия завершилась поручением Агентству по госзаказу предоставить в срок до 11 мая предложения по улучшению ситуации. Не дожидаясь этого, Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства РТ организовало горячую линию по вопросам закупки строительных материалов через электронную торгово-информационную систему. ■

БЛИЦ-ОПРОС

Почему электронные торги не пользуются спросом у татарстанских предпринимателей?

Дмитрий Новиков

директор ООО «Энергия-С»

Мы как поставщики и местные производители сталкиваемся с проблемами и сложностями как чисто технического характера, так и системными. Технические вопросы — это, в общем, недоработки системы, которые доставляют неудобства в работе с ней. Это какие-то неоднозначные ситуации, которые требуют дополнительного разрешения, что не всегда быстро происходит. Приходится, например, уточнять, как система воспринимает заданные позиции (например, «кран шаровый поворотный» и «поворотный кран шаровый металлический»). Или решать вопрос о заведении идентификатора для товара, что далеко не всегда быстро и удобно.

Для такой компании, как наша, проведение сделок через систему вообще неудобно. У нас практически нет стандартной продукции — мы все изготавливаем по схемам заказчика. В связи с этим возникает трудность, какую информацию подавать в систему? Чтобы выполнить заказ, мы все равно вынуждены вносить этот нестандартный продукт в систему, несмотря на то, что эта позиция больше никому не понадобится. Да и проверить, завышена ли цена при отсутствии комплектации (в системе только название), никто не сможет. В результате вместо поиска новых заказов менеджер по просьбе заказчика целый день вбивает в систему иероглифы наших внутренних маркировок.

Но и со стандартной продукцией тоже не все просто. Взять, к примеру, этажный щит. Мы можем «забить» его по действительно низкой цене в 1700 руб., но тут возникают проблемы: кто-то продает такой же, но без

клемм и, соответственно, дешевле, а кому-то надо такой же, но с «перламутровыми пуговицами». Продав такой щит по 1750 руб., ты вместе с заказчиком должен будешь объяснить, что ты не верблюд, и товар с настоящим «перламутром» стоит на 50 рублей дороже.

По поводу татарстанских производителей — пока на практике получается не то, о чем говорят. Площадка дискредитирует себя тем, что есть негласные указы, и даже гласные, брать у того-то и то-то. Поэтому лучшее предложение, к сожалению, в большинстве случаев не гарантирует заказа. Мы также часто сталкиваемся с тем, что согласовать изменения в проекте из-за ошибки проектанта или ради существенного удешевления заказа без потери качества практически не реально, никто не хочет брать на себя ответственность по замене. По сути, никто не заинтересован сокращать затраты государственных закупок (только на словах). То, что мы зарегистрированы как татарстанский производитель (в «зеленом списке»), по сути, не дает нам особых преимуществ: перекупщик, зарегистрированный в Казани, может закупать щитовое оборудование в другом регионе, а иметь такие же привилегии, что и мы. А в целом, я думаю, протекционистские меры нужны только неконкурентоспособным производителям — нам же просто не надо мешать.

Получается несколько недоработанная система, к которой приходится приспосабливаться с большими или меньшими потерями. Иногда неудобства, связанные с ней, ложатся на поставщика, иногда на покупателя. Хотя в целом сама идея такой площадки неплохая, и если удастся избавиться от теневой

составляющей и перейти к реальной конкурентной борьбе, то выиграют от этого все.

Андрей Ясько

заместитель министра строительства, архитектуры и ЖКХ РТ

Для того чтобы понять суть проблемы, на мой взгляд, необходимо разделить предпринимателей на две группы. К первой относятся производители и поставщики продукции, ко второй — потребители, сами подрядные организации. Производители и поставщики продукции, заинтересованные в продвижении своей продукции, относятся к ЭТИС как к дополнительной площадке сбыта и, соответственно, позитивно воспринимают ее появление. У них, на мой взгляд, безусловно, имеются некоторые проблемы, связанные с технической стороной вопроса (мы неоднократно поднимали этот вопрос — система требует совершенствования, и пока мы видим много сложностей при работе с ней).

Вторая категория предпринимателей — потребители, непосредственно подрядчики. Приступив к работе над проектом, финансируемым из бюджета, они уже выиграли конкурс (это значит, известна конечная стоимость проекта). Многие из них необходимость приобретения стройматериалов на ЭТИС воспринимают как вторичный контроль. Другими словами, сама сфера строительства является пока по существу закрытым непрозрачным бизнесом. Обвинять в таком подходе только подрядчиков не совсем правильно, здесь речь идет о комплексной проблеме, использовании серых схем, уходе от налогообложения и т.д.

Но у меня есть уверенность, что со временем наряду с использованием других государ-

ственных механизмов регулирования — совершенствование налогообложения, базы государственных закупок, именно такие современные информационные системы позволят строительному бизнесу стать более прозрачным.

Рамиль Минниязов

коммерческий директор электронной площадки Onlinecontract

Сегодня не у всех руководителей или ответственных сотрудников даже компьютеры стоят. Если использование электронных площадок не будет стимулировано «сверху», то в этих компаниях данные услуги не будут продвигаться. Кроме этого, у многих предпринимателей есть предубеждение, что, изменяя модель работы с поставщиками (выводя их в онлайн), будут нарушены складывающиеся годами взаимоотношения, а также появится возможность влияния на выбор «извне». По моему мнению, это чисто человеческий фактор, но в нем главная проблема. Людей надо переубеждать, учить, показывать...

Сейчас у поставщиков как раз появляются шансы получать дополнительные каналы сбыта и возможность моментального донесения информации до покупателей и потенциальных потребителей товара, создавая интернет-представительства, участвуя в тендерах и просто презентуя свою продукцию в онлайн. Также появляются возможности по маркетинговому продвижению, снижению расходов и увеличению товарооборота. Не использовать такие возможности просто глупо! При этом всегда должна быть тесная обратная связь между разработчиками и пользователями, чтобы обеспечить простую и интуитивно понятную работу.