

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛОЩАДКИ ДОЛЖНЫ ОСОЗНАТЬ СВОЮ РОЛЬ ИНСТРУМЕНТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ РЫНКА

Геллер Александр Яковлевич

Аннотация: Сегодняшние правила рынка закупок регулируемых заказчиков ставят электронные площадки в зависимость от заказчика. В погоне за прибылью площадки зачастую отбрасывают идеологическую составляющую. Фактически, вместо рыночной торговли идет легализация заранее достигнутых договоренностей. Необходимо сделать электронные площадки независимыми от заказчика. Только в этом случае рыночный инструмент онлайн-торги будет равноправно работать на пользу и покупателя и продавца.

Ключевые слова: онлайн-торги, рынок, электронная площадка, закупки.

ELECTRONIC PLATFORMS SHOULD REALIZE THEIR ROLE AS A TOOL FOR MARKET FORMATION

Geller Alexander Yakovlevich

Abstract: Today's rules of the regulated customers ' procurement market make electronic platforms dependent on the customer. In the pursuit of profit, sites often discard the ideological component. In fact, instead of market trade, there is a legalization of previously reached agreements. It is necessary to make electronic platforms independent of the customer. Only in this case, the online trading market tool will work equally for the benefit of both the buyer and the seller.

Key words: online bidding, market, electronic platform, procurement.

Сегодняшние правила рынка закупок регулируемых заказчиков ставят электронные площадки в зависимость от заказчика. Отношения между площадкой и заказчиком выстраиваются по классической схеме «покупатель – продавец». И продавец, стремясь удовлетворить или даже предсказать желания покупателя, делает невероятные кульбиты с функционалом и процедурами организации и проведения закупок. Эти взаимоотношения привели к стремительному росту затрат электронных площадок на развитие и модернизацию программно-аппаратного комплекса. Тысячи программистов

заняты в сфере разработки программного обеспечения для площадок, разработки и взаимосвязи ERP систем заказчиков с площадками. Хотя на рынке присутствует более 300 электронных площадок, сам рынок стал настолько высокотехнологичен, что затраты на вход измеряются еще в миллионах, но уже долларов, а не рублей. Федеральный закон от 18 июля 2011 года № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» открыл невидимые шлюзы, заставив регулируемых заказчиков формализовать свои закупочные процессы, а площадки перевести их в электронный вид. Наличие более 3000 способов закупок в ЕИС zakupki.gov.ru только подтверждают многообразие возможностей, рожденных рыночными отношениями ЭТП и заказчиков.

В погоне за прибылью площадки зачастую отбрасывают идеологическую составляющую. Основной акцент делается на удовлетворение требований заказчика к результату закупочной процедуры, который как правило сводиться к выбору не лучшего конкурентного предложения, а заранее обозначенного поставщика. Фактически, вместо рыночной торговли идет легализация заранее достигнутых договоренностей. Площадки, работая только на заказчика, таким образом отказываются следовать цели, ради которой создавались закупки в электронной форме. ЭТП формируя рыночную среду в своих взаимоотношениях с заказчиком убивают рынок во взаимоотношениях заказчика и поставщика. Органы власти, регулирующие или влияющие на рынок государственного заказа и закупок регулируемых заказчиков, предстают для площадок в роли оппонентов, которых необходимо отвлечь, усыпить, обмануть, запутать, для удовлетворения нужд заказчика. Трагедия и комедия идут рука об руку и инструмент регулирования рынка органами власти – ЭТП – превратился в инструмент влияния заказчиками на органы власти. Задержки с принятием нормативных актов, искажения содержания таких актов, появление «закрытой» электронной площадки и т.п. иллюстрируют переход управления рынка закупок от регулятора и контролера к регулируемым и контролируемым организациям.

Федеральная антимонопольная служба бьет тревогу, заявляя, что многообразие способов закупок в 90% случаев оказывается вариацией одного способа – закупка у единственного поставщика. Регулятор удрученно сообщает, что среднее количество поданных заявок на одну процедуру меньше, чем количество заявок на участие в закупках по Закону №44-ФЗ. Т.е. низко конкурентная и многократно критикуемая за высокий уровень коррупции сфера госзаказа более рыночная чем закупки регулируемых заказчиков! В погоне за

прибылью электронные площадки рынок убили, а органы власти, которые должны регулировать на рынок не могут с этим справиться.

Стоит ли удивляться в данном контексте проблемам с участием малого и среднего предпринимательства в закупках регулируемых заказчиков, ведь малый бизнес существует только в рыночной среде. Если в закупочном процессе «все договорено до нас» СМП нет места. Обещания, например, увеличения «объема корпоративных закупок столицы у малого и среднего бизнеса (СМП) увеличат до 18% в 2016 году» города Москвы выглядят печально – сначала регулируемые заказчики города Москвы сформировали антирыночные условия закупок, изгнав малый и средний бизнес, а затем Департамент по конкурентной политике города Москвы, опять же антирыночным механизмом квотирования стал насильно тянуть СМП обратно. И все это при том, что большая часть закупок города Москвы проходит на электронной площадке. Рынка нет и не предвидется.

На мой взгляд, нет необходимости квотировать долю малого бизнеса, если созданы условия для его добровольного участия. Достигнуть результатов возможно правильным выстраиванием взаимоотношений между заказчиком и электронной площадкой. Электронная площадка не должна зависеть от заказчика. Т.е. у заказчика необходимо забрать право выбора на какой электронной площадке размещать закупки. А успешность работы площадки должна оцениваться не по обороту торгов, а по количеству участников, электронные площадки необходимо развернуть лицом к участникам торгов. Тогда ЭТП будет восприниматься заказчиком не просто как поставщик услуг, а как равноправный партнер, центр компетенций со своей точкой зрения. Именно площадка, как инструмент мониторинга рынка может указать заказчику на тонкие места и слабые точки процесса размещения заказа. Места, препятствующие проведению открытой, анонимной, равнодоступной, прозрачной процедуры.

Если отбросить мысль, что закупщик, это низкоквалифицированный вороватый сотрудник регулируемого заказчика и принять закупщиков как профессионалов в своем деле, то 90% закупок, как вариаций закупки у единственного поставщика, легко объясняется тем, что главная цель таких закупок является обеспечение заключения договора с определенным заранее поставщиком. Что в корне противоречит концепции работы электронной площадки, которая заключается в мониторинге рынка и предоставлении заказчику максимального количества предложений поставщиков. Если смотреть на ситуацию глазами электронной площадки, то в основе закупок

заказчиков, как в государственном заказе, должен быть другой способ закупки, а именно – открытый анонимный равнодоступный аукцион, в электронной форме. Нет необходимости спорить о преимуществах и недостатках аукциона как способа закупки. Рассуждать, что «дешево» не значит «хорошо», ведь «дорого» то же не значит «хорошо». Перефразируя У. Черчилля признаем, что **аукцион — наихудшая форма закупок, за исключением всех остальных**. И электронные площадки должны стремиться к этой идеальной модели, напоминая заказчикам, что закупаются не поставщики, а продукция, что условия должны быть понятными не только заказчику, но и рынку, что процедура закупки должна быть открытой, а заявки анонимными, что электронная площадка – это инструмент формирования рыночной среды, а не легализации достигнутых договоренностей.

В случае, если заказчик специально делает закупку по своим условиям не конкурентной, «затачивая» документацию под конкретного поставщика – в данной ситуации электронная площадка должна пресекать, и, если понадобится, отменять подобные закупки, не допуская чтобы мониторинг рынка использовали как ширму, как обоснование закупки у единственного поставщика. Эта распространенная и порочная практика искажает реальную картину эффективности электронных процедур. Электронная площадка – это инструмент мониторинга и регулирования рынка, на условиях открытости и транспарентности.

Электронные площадки раз и навсегда должны осознать и принять свою роль инструмента формирования рынка, рыночных отношений между заказчиками и поставщиками.

Список литературы

1. Петросян Р.А.: Госкомпании при необходимости смогут проводить закупку у единственного поставщика - ПРАЙМ, 26.07.2017 (1prime.ru)
2. http://riamo.ru/happen_news_moscow/20160301/620473187.html Объем корпоративных закупок Москвы у малого бизнеса увеличат до 18% в 2016 г