B2B ТОРГОВЛЯ

РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ
ДЕЛАЕТ СТАВКУ НА B2B / 43
ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГИ
КАК СПОСОБ БОРЬБЫ
С ФИНАНСОВЫМ КРИЗИСОМ / 45
КАК РАБОТАЕТ ЭЛЕКТРОННАЯ
ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА / 48
B2B-ТОРГОВЛЯ ПОМОЖЕТ ПОСТРОИТЬ
ЭКОНОМИКУ ИННОВАЦИЙ / 50
РСПП РАЗРАБОТАЕТ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ / 53
КАК ПОЛУЧИТЬ ДОСТУП
К ГОСЗАКАЗАМ / 54

Среда, 3 декабря 2008 №220
(№4037 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №41–56
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.
Распространяются только в составе газеты.

Коммерсантъ

BUSINESS GUIDE

ЦРЭ
www.b2b-center.ru

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

www.kommersant.ru

ДИАНА РОССОХОВАТСКАЯ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«B2B-ТОРГОВЛЯ»

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

У обывателей вроде меня словосочетание «электронная торговля» вызывает лишь одну ассоциацию — с онлайн-магазинами. Заказывая компакт-диски на популярном ресурсе, торгуясь на аукционе eBay или выбирая пылесос на сайте крупного ритейлера, мы радуемся десятипроцентным скидкам и считаем себя продвинутыми интернет-пользователями. И знать не знаем о том, что на почти таких же сайтах отоваривается вся российская экономика. С той лишь разницей, что товары там реализуются в промышленных масштабах, а сделки заключаются многомиллиардные.

Только представьте себе: пока мы с вами изучаем каталоги интернет-магазинов, менеджеры корпорации Mirax, к примеру, подыскивают на своей электронной площадке генподрядчика для строительства нового объекта, а менеджеры холдинга «Сибур» — поставщика оборудования для производства зимних шин.

Люди, имеющие отношение к b2b-рынку, в один голос твердят о преимуществах виртуальной торговли перед реальной. Здесь вам и равные возможности для всех желающих, и здоровая конкуренция, и прозрачность (это слово особенно всеми любимо), и объективность при выборе победителя тендера, когда право выполнить заказ от солидного заказчика вдруг достается не всегдашнему его партнеру — по старой дружбе, а никому не известной компании и по-честному. Здесь вам, наконец, и новый инструмент борьбы с коррупцией, которая с подачи президента, инициировавшего принятие специального антикоррупционного закона, попала в круг государственных приоритетов. И действительно — как тут незаметно дашь взятку, когда за ходом торговых операций в режиме реального времени наблюдают десятки тысяч участников?

Однако если изучить свежие данные о количестве и географии интернет-пользователей в России, разговоры о здоровой конкуренции вряд ли покажутся уместными. Многие региональные предприятия до сих пор понятия не имеют, что то, чем они занимаются, называется бизнес-процессом и что этот бизнес-процесс можно автоматизировать. А это значит, что полностью заменить «оффлайновые» торги электронные площадки не смогут. И равные возможности обеспечат только продвинутым пользователям.

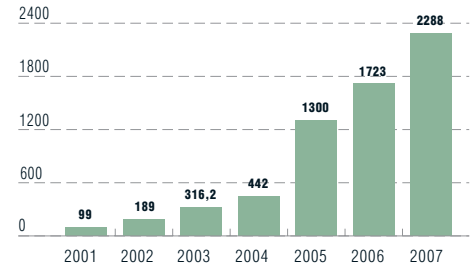
↑
КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ТОРГ УМЕСТЕН

ОЦЕНИВАЯ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ, ЭКСПЕРТЫ ВСЕ ЧАЩЕ ДЕЛАЮТ СТАВКУ НА КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР. ИНТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ B2B-ТОРГОВЛИ В РУНЕТЕ НАЧАЛОСЬ ОТНОСИТЕЛЬНО НЕДАВНО, И СЕЙЧАС ЭТОТ РЫНОК ЕЖЕГОДНО ДЕМОНСТРИРУЕТ БОЛЕЕ ЧЕМ СТОПРОЦЕНТНЫЙ РОСТ. ЭЛЕКТРОННЫЕ СХЕМЫ ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ ИМЕЮТ МАССУ ПРЕИМУЩЕСТВ ПЕРЕД ОФФЛАЙНОВЫМИ, НО В ТО ЖЕ ВРЕМЯ СОПРЯЖЕНЫ С НЕМАЛЫМИ РИСКАМИ. НАДЕЖДА РЫБКИНА

БИЗНЕС ДЛЯ БИЗНЕСА Рынок электронной коммерции в России ежегодно прирастает в среднем на 30%. По данным Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ), его объем в 2007 году составил $7,9 млрд. Итоги за 2008 год еще не подведены, однако по предварительным подсчетам ассоциации, в 2008 году емкость рынка может превысить $11 млрд.

Основная его доля традиционно приходится на сегмент B2C (business-to-consumer) — розничные продажи товаров и услуг частным потребителям. Наиболее распространенной формой B2C-систем являются интернет-магазины, реализующие товары народного потребления. В секторе B2G (business-to-government), где взаимодействуют предприятия и государственные учреждения, заключаются сделки по выполнению государственных заказов. Этот сектор рынка демонстрирует сравнительно небольшой прирост — всего порядка 4% с 2006 года. Условно на этом рынке выделяют также сегмент C2C (consumer-to-comsumer), в котором сделки заключаются между частными лицами. Типичные примеры торговых площадок такого типа — онлайн-аукционы (например, популярный аукцион eBay), а также специализированные сообщества на блог-хостингах и в социальных сетях. Поскольку площадки для торговли между частными лицами могут возникать спонтанно, эксперты затрудняются оценивать даже приблизительные объемы этого рынка.

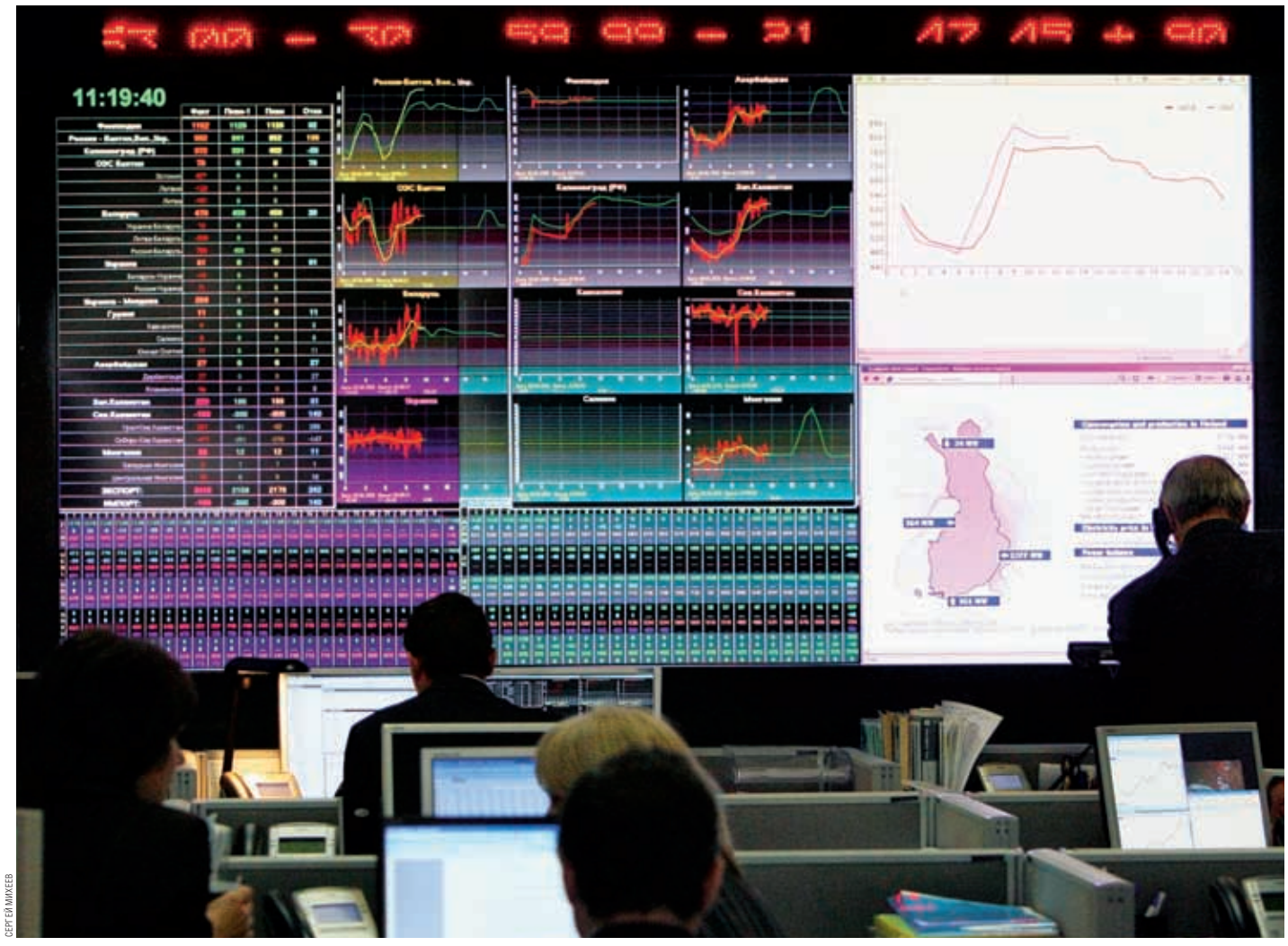


ОБЪЕМ СЕГМЕНТА B2B ($ МЛН)
ИСТОЧНИК: DISCOVERY RESEARCH GROUP.

Дальнейшее развитие электронной коммерции в России аналитики связывают с ростом сегмента B2B (business-to-business), где контрагентами выступают юридические лица. По данным НАУЭТ, в 2007 году его объем вырос на 132% по сравнению с 2006 годом и составил почти $2,3 млрд. «Рано или поздно к тому, что торговать на рынке электронной торговли удобнее, придут все компании»,— уверен председатель комитета по платежным системам НАУЭТ Борис Ким.

Для проведения торгово-закупочных операций в интернете используются электронные торговые площадки (ЭТП). В российской практике это понятие достаточно размыто, что осложняет оценку реального размера корпоративного сектора электронной торговли. По словам Алексея Раменского, директора по развитию Регионального общественного центра интернет-технологий, некоторые из существующих ЭТП на самом деле представляют собой информационные интернет-сервисы (напоминающие во многом социальные сети), где представители компаний могут найти себе партнеров, или электронные каталоги товаров и услуг с опцией поиска интересующей продукции. Посетители таких порталов получают доступ к экономическим новостям, отраслевой аналитике и спискам вакансий, а об условиях сделки зачастую договариваются в чатах. У таких порталов нет специального функционала для проведения тендеров и размещения заказов, поэтому сама сделка обычно совершается очно, то есть в оффлайне.

Электронных торговых площадок, предоставляющих полный спектр услуг (ЭТП полного цикла), в России не так много — порядка семи-восьми десятков. Специалисты агентства Discovery Research Group выделяют три категории ЭТП. К первой относятся корпоративные закупочные и сбытовые площадки, создаваемые предприятиями для контактов с поставщиками и дилерами. В качестве удобного финансового инструмента они используются как средними компаниями, так и мейджорами. Например, в 2007 году собственными ЭТП обзавелись сразу несколько круп- →



СЕРГЕЙ МИХЕЕВ

ПО ПРОГНОЗАМ НАУЭТ, ЕМКОСТЬ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ ПО ИТОГАМ 2008 ГОДА ПРЕВЫСИТ $11 МЛРД

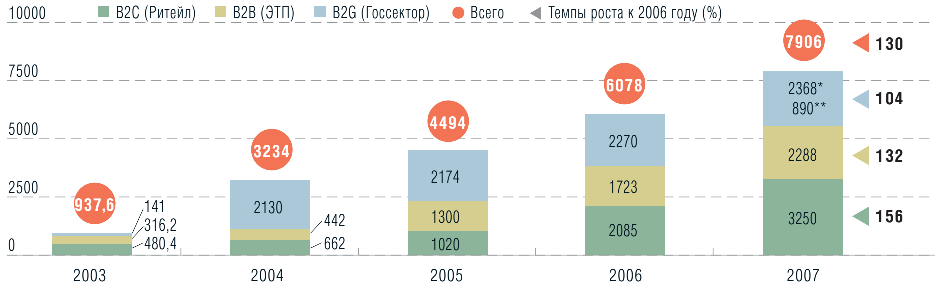
РИСУНОК НА ОБЛОЖКЕ: МАКСИМ МАКСУТОВ

НИКОЛАЙ ЦЫГАНОВ

КРУПНЕЙШИЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ РУНЕТА

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА	КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ СИСТЕМЫ	ОБЪЕМ ТОРГОВ (РУБ.)	ВСЕГО ТОРГОВ	ОТКРЫТЫХ КОНКУРСОВ И АУКЦИОНОВ	ЗАКРЫТЫХ КОНКУРСОВ
HTTP://WWW.B2B-CENTER.RU/	19850	744,3 МЛН	1539	904	0
HTTP://WWW.ETC.RU/	8777	300 МЛН	111	НЕТ	НЕТ
HTTP://WWW.SETONLINE.RU/	9453	3,88 МЛРД	2742	232	НЕТ
HTTP://WWW.TENDER.PRO/	5117	БОЛЕЕ 100 МЛРД	204	160	10
HTTP://WWW.TRADE.SU/	890139	47,7 МЛРД	79044	12170	0

ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ КОМПАНИИ НА МОМЕНТ ПОДПИСАНИЯ НОМЕРА В ПЕЧАТЬ.



ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ ПО СЕКТОРАМ ($ МЛН) ИСТОЧНИК: НАУЭТ.
*ВКЛЮЧАЯ ЗАПРОСЫ КОТИРОВОК И ПРОЧИЕ ФОРМЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ЗАКАЗА, ПРОВЕДЕННЫЕ В ЭЛЕКТРОННОЙ ФОРМЕ. **ТОЛЬКО ЭЛЕКТРОННЫЕ АУКЦИОНЫ.

ных компаний — ОАО ММК, корпорация Mirax Group, ОАО «СИБУР Холдинг», ОАО «Газпром нефть» и другие.

Вторую категорию составляют отраслевые и продуктовые площадки — они создаются обычно третьими лицами для организации эффективного взаимодействия предприятий, работающих в одной отрасли или смежных отраслях. Например, для игроков лесопромышленного рынка функционирует площадка Lesprom, для производителей медицинского оборудования — Medprom, для производителей дорожно-строительной техники — Stroyteh.ru, для ИТ-компаний — eMatrix и т. п. Такие площадки предоставляют наиболее полную информацию об участниках рынка и их предложениях, так что у других пользователей отпадает потребность в поиске необходимой продукции на сайтах отдельных поставщиков. Наконец, третья категория ЭТП — универсальные многоотраслевые порталы, позволяющие осуществлять торгово-закупочную деятельность предприятиям разных отраслей экономики.

ВСЕ В ПОРЯДКЕ Использование электронной формы корпоративной торговли позволяет покупателям ознакомиться со всем массивом предложений на рынке и выбрать лучшее, а продавцам — значительно расширить рынок сбыта. Доходность торгово-закупочной деятельности напрямую зависит от количества привлеченных партнеров: чем больше потенциальных партнеров участвует в торгах, тем выше конкуренция, а значит, и качество предложения. ЭТП способны объединить всех заинтересованных игроков рынка независимо от их местонахождения: чтобы вступить в нужное торговое онлайн-сообщество, достаточно зайти на интернет-страницу торговой площадки и зарегистрироваться. С этого момента новый участник получает полноценный доступ к информации обо всех торгах, объявленных в системе, и возможность принять в них участие. Кроме того, ЭТП может стать площадкой для размещения рекламы — например, здесь можно опубликовать каталог своей продукции с текущими ценами.

Как и «живая» торговля, электронная коммерция направлена на извлечение максимальной прибыли. Для достижения оптимальной цены применяются различные способы торговли, такие, как запрос котировок, аукцион, конкурс, биржевые торги и пр. Пользуясь возможностями ЭТП, компания-участник может использовать такую торговую процедуру, которая обеспечит наилучшие условия по предложению и цене. Так, проведение конкурсов и аукционов позволяет сэкономить до 20% на закупках, а продажа товара на электронной бирже может значительно увеличить доход и сделать продукцию более ликвидной.

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ АНАЛИТИКИ СВЯЗЫВАЮТ С РОСТОМ СЕГМЕНТА B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS), ГДЕ КОНТРАГЕНТАМИ ВЫСТУПАЮТ ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА. ПО ДАННЫМ НАУЭТ, В 2007 ГОДУ ЕГО ОБЪЕМ ВЫРОС НА 132% ПО СРАВНЕНИЮ С 2006 ГОДОМ И СОСТАВИЛ ПОЧТИ $2,3 МЛРД

↑

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Глобальные задачи этих сервисов — полностью автоматизировать, упорядочить и ускорить торговый процесс, а также сократить сопутствующие издержки. Речь идет в том числе об уменьшении влияния человеческого фактора на исход торгово-закупочных операций. Как правило, на каждом предприятии продажами и закупками занимаются целые отделы, и при использовании традиционных средств коммуникации с потенциальными партнерами выполнение этих работ отнимает много времени и требует больших трудозатрат.

При использовании электронных торговых систем эти издержки можно существенно снизить. ЭТП берет на себя выполнение типовых операций по информированию участников торгов, сбору и обработке данных, регистрации заявок на участие в конкурсах и др. Для закупки определенной продукции достаточно найти ее в каталоге или отправить заинтересованным участникам запрос котировок. ЭТП имеет для этого расширенный функционал, включающий поиск продукции в каталоге (с конкретными параметрами), адресную рассылку объявлений и конкурсной документации, автоматический анализ предложений и т. д.

В целом, по подсчетам компании IBS, экономия от использования таких систем может достигать 15–22%. При этом, чтобы окупить затраты на автоматизацию бизнес-процессов, предприятия должны оплатить через интернет не менее 2,3% счетов.

ГРУППА РИСКА Однако ситуацию на отечественном рынке B2B-торговли нельзя назвать безоблачной. Участники систем подвержены влиянию технологических и бизнес-рисков. К первым относятся низкий уровень проникновения интернета в отдаленные регионы страны, недостаточное качество связи с интернет-провайдером, угроза взлома средств криптозащиты и DoS-атак, утечка по инсайдерским каналам конфиденциальной информации из баз данных и т. д. Практически все технологические риски минимизируются за счет использования более мощных средств информационной безопасности. Кроме того, в России получает распространение практика страхования такого рода рисков.

В категорию бизнес-рисков входят риск несоответствия качества поставляемой продукции, потери покупателем предоплаченных по сделке денежных средств, неоплаты или срыва сроков оплаты поставленной продукции, снижения нормы прибыли для поставщиков. Алексей Раменский относит к их числу и достаточно слабый по сравнению с западными странами уровень развития в России логистических систем.

Еще один фактор, сдерживающий интенсивный рост рынка B2B-коммерции,— отсутствие необходимой правовой базы для ведения торговли в рунете. До сих пор законодательно не определены такие базовые понятия, как «электронная торговля», «электронная сделка», «электронный документ» и т. п., и как следствие, отсутствуют четкие механизмы разрешения споров между участниками.

Одной из ключевых проблем, характерных для российского рынка электронной коммерции в целом, является кризис доверия к интернету, который объясняется отсутствием у потенциальных покупателей полной и достоверной информации об организаторах онлайновых торгов. У покупателей зачастую нет информации о многих магазинах, работающих в сети, а среди них есть немало занимающихся мошенничеством. Так, по данным Центра анализа интернет-мошенничества, чаще всего жертвами компьютерных жуликов становятся участники онлайновых аукционов — 43% случаев, далее следуют покупатели товаров и услуг — 20%. По этой причине многие игроки рынка по-прежнему предпочитают вести переговоры «очно» и выбирают для партнерства уже знакомые компании, рискуя приобрести продукцию по завышенной цене.

Все более активно развивающейся схемой мошенничества в интернете становится фишинг, появившийся около десяти лет назад. Суть фишинга заключается в заманивании пользователей на «сайты-подделки», целиком копирующие оформление, интерфейс и даже адреса интернет-страниц зарекомендовавших себя торговых систем. Попавшись на крючок мошенников, посетители сайта могут по неосторожности засветить свои персональные данные, например номер кредитной карты. Правда, стать жертвами фишинга рискуют в основном участники B2C-торговли: масштаб торговых операций и капиталооборот на площадках формата B2B предполагает более высокий уровень технологической безопасности. ■

¶ ПРЯМАЯ РЕЧЬ А ВЫ В ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГАХ УЧАСТВУЕТЕ?

Александр Решетников, ПРЕЗИДЕНТ ООО «ИК „СИБИНТЕК“»:
— Мы использует механизм электронных торгов для участия в тендерах и оптимизации собственной закупочной деятельности. Я считаю, что подобные системы весьма актуальны с точки зрения создания прозрачной конкурентной среды, развития рыночной инфраструктуры и партнерских отношений. С другой стороны, они способствуют снижению издержек и сокращению времени на проведение внутрикорпоративных процедур. В то же время я рассчитываю на то, что постоянное совершенствование механизма электронных торгов позволит в ближайшее время значительно увеличить экономическую эффективность данного инструмента.

Николай Худяков, ДИРЕКТОР НТЦ «ЭЛЕКТРОН-СЕРВИС»:
— Наша компания участвует в электронных торгах. В основном через них мы пытаемся получить дополнительные заказы на свою продукцию. Но пока через систему электронных торгов заказов меньше, чем при обычном заключении договоров. И я не думаю, что широкое внедрение систем электронных торгов для государственных и корпоративных закупок окажет нам глобальную помощь. В этот системе очень много нюансов, и в первую очередь это кот в мешке, ведь не понятно, что продают конкуренты. В конечном итоге они могут продавать ерунду по копеечным ценам, но из-за большого объема заказов выигрывать тот или иной тендер.

Владислав Ионов, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ЯРОСЛАВСКОГО ШИННОГО ЗАВОДА:
— Мы не занимаемся продажей своей продукции или покупкой какого-то оборудования через систему электронных торгов. Электронные торги скорее удобны для небольших компаний, которые не имеют сегодня устойчивых связей с крупными компаниями и госструктурами. Мы же на рынке работаем давно, у нас отлажены многолетние контакты и договоры с поставщиками. А увеличивать количество наших клиентов лучше за счет хорошей работы и качества нашей продукции — тогда клиенты нас будут находить сами, а не через виртуальные торговые площадки.

Андрей Киташев, ЧЛЕН СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОГК-4:
— Конечно, пользуемся. B2B — одна из наиболее удобных площадок электронных торгов, а для промышленных предприятий-производителей, пожалуй, лучшая. Со дня основания ОГК-4 мы торгуем на этой площадке, и общий объем торгов давно превысил порог в несколько миллиардов рублей. Я думаю, именно за электронными аукционами будущее деловых отношений между промышленными предприятиями.

Татьяна Шапошникова, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ РОСТПРОМСТРОЙБАНКА:
— Конечно, участвуем, причем давно. Такого решения требовало успешное развитие бизнеса — это очевидная экономия времени, сил и деньг. Честно говоря, я уже просто не представляю себе, как работать без участия в электронных торгах, так что сравнивать не с чем.

Союн Садыков, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ГК «НЕФТЕГАЗРЕМСТРОЙ»:
— Не участвуем, потому что пока нет доверия к электронным торгам. У нас в группе компаний пока очень слабая система защиты. Так что пока наши специалисты работают над этим вопросом. А необходимость участия в электронных торгах нам очевидна: это и выгодно, и полезно, и удобно. Думаю, года через два и мы станем полноценными участниками электронных торгов.

АНТИКРИЗИСНАЯ ПЛОЩАДКА

СЕГОДНЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА МНОГИЕ РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ СТРЕМЯТСЯ К ЭКОНОМИИ И ОПТИМИЗАЦИИ ИЗДЕРЖЕК. ОДИН ИЗ СПОСОБОВ РЕАЛИЗОВАТЬ ЭТИ ПЛАНЫ — ПЕРЕЙТИ НА ТОРГИ В ЭЛЕКТРОННЫХ ОНЛАЙНОВЫХ СИСТЕМАХ. ЭКСПЕРТЫ И УЧАСТНИКИ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ B2B-ТОРГОВЛИ ПОЛАГАЮТ, ЧТО ОТКРЫТОСТЬ И ПРОЗРАЧНОСТЬ ТОРГОВ В ОНЛАЙНОВЫХ СИСТЕМАХ ТАКЖЕ ПОМОГУТ ПРЕОДОЛЕТЬ КРИЗИС ДОВЕРИЯ НА РЫНКАХ, ПОВЫСИТЬ ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИЙ. КЛАВДИЯ ЩУР

НИКОЛАЙ ЦЫГАНОВ

ГЛОБАЛЬНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС УЖЕ ЗАТРОНУЛ СТРОИТЕЛЬНУЮ ОТРАСЛЬ В РОССИИ

ИЗМЕНЯЮЩИЙ КРИЗИС Хотя, по прогнозам экспертов, глобальный финансовый кризис, спровоцировавший значительное падение мировых цен на сырье и породивший волну недоверия на фондовых рынках, пока не достиг дна, многие российские компании в самых различных отраслях промышленности уже сейчас ощутили на себе его негативное воздействие. В первую очередь пострадали компании, работа которых связана с сырьевым сектором,— нефтегазовые, металлургические, строительные. Многие из них уже сейчас озаботились программами оптимизации издержек. Если раньше в условиях благоприятной рыночной конъюнктуры экономия на издержках не значилась среди их приоритетов, теперь многие из них сокращают кадровые, операционные и накладные расходы, чтобы повысить собственную ликвидность. Частичную экономию на всех этих составляющих дает перевод закупочной деятельности компании в систему электронных торгов.

Во время кризиса перед компаниями встает ряд задач. Главная из них — сохранить конкурентоспособность товара на фоне всеобщего недоверия и экономии и оптимизировать издержки. Для их решения производителям необходимо предложить лучшую цену. Они могут это сделать, снизив себестоимость товара, например купив по оптимальной цене исходные материалы, из которых он производится. Далее необходимо найти новые рынки сбыта для товара. Когда рынок сбыта узок или ограничен, у компании меньше возможностей для реализации товара. Если же она выходит на широкую площадку с большим количеством участников, то возможностей продать товар нередко становится на порядок больше.

Андрей Черногоров, директор по маркетингу компании SETonline (оператор электронной площадки setonline), отмечает, что промышленные предприятия сегодня вынуждены более чутко относиться к своим издержкам: «Отрасли, которые последние годы интенсивно росли за счет конъюнктурных аспектов, сегодня будут обращаться к услугам электронных площадок».

«Финансовый кризис, как снежный ком, вовлекает одну отрасль за другой,— говорит Александр Бойко, председатель совета директоров ООО „Центр развития экономики“ (оператор одной из крупнейших электронных торговых площадок — B2B-Center).— Всеобщий кризис недоверия остановил строительный рынок. Строители перестали покупать арматуру, и это повлияло на металлургию. Вслед за металлургами пострадали угольщики: окатыш перестали закупать. Все это затронуло транспортников, которые стали меньше перевозить грузов. Вот цепная реакция кризиса».

«В отсутствие кризиса в традиционных отраслях, где у поставщиков давно сложились все связи, попытки изменить их структуру вряд ли будут эффективными,— полагает Антон Никольский, исполнительный директор Национальной ассоциации участников электронной торговли.— Нет волатильности цен, предлагаемых поставщиками. Когда наступает кризис, волатильность растет, меняется структура поставщиков. Те, у кого нет электронных систем, привязаны к существующим поставщикам и не видят вариантов, которые могли бы в текущей ситуации помочь им оптимизировать расходы на закупках».

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОМОЩЬ Практически любая электронная торговая площадка позволяет решить эти проблемы. На крупных площадках, как правило, представлены тысячи компаний, ежедневно проводятся сотни сделок. Просто зарегистрировавшись в электронной системе, компания может получить доступ к информации о новых производителях, поставщиках, рынках сбыта, о реальном соотношении спроса и предложения на различных рынках.

По мнению Марка Штилкинда, директора отдела по управлению эффективностью бизнеса PricewaterhouseCoopers, метод электронной торговли больше всего подходит для продаж и закупок товаров со стандартной спецификацией, предлагаемых множеством предприятий (например, металлы). «Покупателю не нужно прилагать множество усилий, чтобы сравнивать различные предложения, да и продавцам легче находить спрос на стандартный, пользующийся спросом товар. Основным преимуществом электронной торговли в России является доступ к широкому кругу потенциальных поставщиков и, соответственно, возможность получения более выгодных условий сделки»,— уточняет Марк Штилкинд.

С ним соглашается и Александр Бойко: «Как может поступить компания, если ей приходится отказаться от сбы- →

ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА СЕГМЕНТА B2B ПО ИТОГАМ 2005 ГОДА (%) ИСТОЧНИК: DISCOVERY RESEARCH GROUP.

ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА ПЕРЕД КОМПАНИЯМИ ВСТАЕТ РЯД ЗАДАЧ. ГЛАВНЫЕ ИЗ НИХ — СОХРАНИТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА НА ФОНЕ ВСЕОБЩЕГО НЕДОВЕРИЯ И ЭКОНОМИИ И ОПТИМИЗИРОВАТЬ ИЗДЕРЖКИ. ПРАКТИЧЕСКИ ЛЮБАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА ПОЗВОЛЯЕТ РЕШИТЬ ЭТИ ПРОБЛЕМЫ

та на привычном рынке? Она ищет новые рынки. А электронные площадки могут показать, что на рынке требуется здесь и сейчас. Это, конечно, не панацея, но это один из реальных и эффективных способов поддержать ликвидность компании».

По данным Ассоциации электронных торговых площадок, несмотря на кризис, число контрактов в электронной торговле за последние месяцы возросло. «В рамках деятельности ассоциации мы отслеживаем динамику активности электронных торговых площадок,— рассказывает Илия Димитров, исполнительный директор ассоциации.— Сегодня мы видим, что клиенты все больше стремятся осуществлять торги и искать информацию через электронные системы. В ближайшее время мы прогнозируем всплеск электронной торговли».

Фактором, сдерживающим развитие этой сферы, является отсталость как участников рынка, так и законодательства в области ИТ, что заставляет стороны сомневаться в выполнении условий сделки, заключенной через электронную площадку.

Кроме того, повсеместное снижение уровня доверия может помешать покупателю выбрать выгодное предложение от поставщика, с которым он не сотрудничал раньше и поэтому не может быть уверен в его надежности. «Большинство компаний может предпочесть старых проверенных партнеров, а не „синицу в небе“. Кроме того, с давним поставщиком легче договориться о скидке»,— отмечает Марк Штилкинд.

ЭКОНОМИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ По общему мнению участников рынка электронной торговли, большинству крупных и средних российских компаний о существовании подобных сервисов известно. Если они ими не пользуются, это, вероятнее всего, результат внутренних политических решений руководства. «Дело в том, что электронные торги действительно обеспечивают прозрачность и независимость в принятии решений,— отмечает Андрей Черногоров, директор по маркетингу электронной торговой площадки setonline.ru.— Не все компании готовы на это ввиду, возможно, коррупционной составляющей, которая часто сопутствует закупкам. Сегодня у лиц, принимающих решения, появилась дополнительная мотивация в использовании технологии электронной торговли, поскольку на первое место встает экономия на издержках.

Компания, ранее закупавшая товар у нескольких поставщиков на основе личных контактов и договоренностей, получает доступ к новому рыночному механизму, позволяющему умножить в разы число потенциальных поставщиков и благодаря этому снизить собственные издержки, закупая товар по более низкой, конкурентоспособной цене.

По словам Александра Бойко, на рынках часто складываются закрытые клубы поставщиков: одна компания устанавливает устойчивые связи с несколькими поставщиками, которые в дальнейшем не позволяют другим конкурентам получить доступ к этой компании. А электронные торги позволяют избежать подобных сговоров, что также ведет к снижению издержек.

По оценке Андрея Черногорова, средний дисконт на аукционе в электронной системе составляет порядка 15%. «Это реальная экономия. Конечно, в разных категориях товаров снижение цены будет свое, но это средний показатель по всем торгам, а у нас их в день проходит на сумму в сотню миллионов рублей»,— говорит он.

Эксперты отмечают три фактора, позволяющих сэкономить на электронных торгах. Во-первых, экономия осуществляется за счет объективизации процесса выбора победителя, который определяется автоматически в ходе аукциона. Во время торгов поставщики видят не друг друга, а только текущую цену. Заказчик, или инициатор, торгов также не может влиять на ход торгов, не имея возможности увидеть, кто подает какую цену. По завершении процедуры заказчику выдается протокол, в котором указывается, какая компания по его заявке предложила лучшую цену. С ней и заключается договор.

ФАКТОРОМ, СДЕРЖИВАЮЩИМ РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ, ЯВЛЯЕТСЯ ОТСТАЛОСТЬ КАК УЧАСТНИКОВ РЫНКА, ТАК И ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ ИТ, ЧТО ЗАСТАВЛЯЕТ СТОРОНЫ СОМНЕВАТЬСЯ В ВЫПОЛНЕНИИ УСЛОВИЙ СДЕЛКИ, ЗАКЛЮЧЕННОЙ ЧЕРЕЗ ЭЛЕКТРОННУЮ ПЛОЩАДКУ

«Отсутствие возможности сговора между участниками торгов — это первое, что сокращает издержки,— соглашается Андрей Черногоров,— потому что в стоимость товаров и услуг, как правило, закладывается превышение цены, которое уходит, например, на откаты. В результате в тендере выигрывает не эффективная компания, а та, что находится ближе к источникам распределения. В электронных торгах процедура торга публична, она проходит в интернете, то есть в открытой среде, где любая заинтересованная компания может принять участие».

Второе, что позволяет сэкономить,— это увеличение географического охвата. Компании из разных регионов могут одновременно участвовать в торгах, для этого им не нужно приезжать в город их проведения. Часто информация об аукционе появляется за неделю до его проведения, что не позволяет многим компаниям чисто физически успеть принять в нем участие. Электронный аукцион снимает эти барьеры, позволяя компании также снизить и накладные расходы (командировочные, суточные и т. п.).

Третья составляющая экономии — это снижение трат на бумажный документооборот. В электронных системах необходимость в нем отпадает, так как практически любую конкурсную документацию можно предоставить в цифровом виде. А получив в банке электронную цифровую подпись, договор также можно заключить прямо в электронной системе.

Впрочем, по словам Антона Никольского, исполнительного директора Национальной ассоциации участников электронной торговли, на российском рынке сравнительно немного площадок, которые сами осуществляют расчеты. Как правило, они выполняют функцию либо поиска наиболее выгодных предложений, либо их документационного сопровождения, а расчеты осуществляются традиционным способом.

PHOTOXPRESS

МНОГИЕ КОМПАНИИ УЖЕ СЕЙЧАС ОЗАБОТИЛИСЬ ПРОГРАММАМИ ОПТИМИЗАЦИИ ИЗДЕРЖЕК.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ПРОЗРАЧНОСТЬ В условиях кризиса руководство компаний будет стремиться не только увеличивать контроль над расходами на закупки и требовать повышения прозрачности снабжения. Однако многие поставщики склонны считать, что негативная сторона закупочной деятельности, связанная с наличием устойчивых связей, сговоров, откатов, экстраполируется и в электронную среду.

Эксперты указывают на обратное. Важным фактором участия в электронных торгах как раз является их прозрачность и открытость. Солидные электронные площадки, проводящие миллионные сделки, не заинтересованы в том, чтобы участники их систем мошенничали или подавали неверные сведения о себе. Компания, зарегистрированная в системе, обязана предоставить о себе все данные, которые сверяются с базами налоговой инспекции. Электронная карточка компании, где отражена полная информация о компании и история ее деятельности на площадке, открыта для других зарегистрированных участников площадки. Операторы площадок считают, что это должно создавать атмосферу доверия среди игроков и в целом способствовать преодолению кризиса. «Если компания прозрачна, она привлекательна для инвесторов, ей доверяют банки»,— поясняет Александр Бойко.

Помимо восстановления доверия другим благоприятным эффектом участия компаний в электронных торгах является повышение их конкурентоспособности. По словам Марка Штилкинда, все больше поставщиков, ранее не жаловавших своим вниманием электронный рынок сбыта, будет приходить на онлайновые площадки в поисках новых заказов и тем самым будет создаваться конкурентная среда, привлекательная для покупателей.

СКРОМНАЯ ПЛАТА Единственная издержка, которую компании приобретают, переходя на электронные торги,— это плата за пользование самим механизмом. Ряд площадок в качестве комиссии взыскивают процент от совершенной сделки.

«Услуга, которую мы предлагаем, в принципе безубыточна,— говорит Андрей Черногоров.— Живых денег на проведение электронных торгов заказчик не вынимает, а платит процент от сэкономленных средств». Комиссия на площадке setonline.ru составляет порядка 1,5% от объема торгов для корпоративных заказчиков. На больших лотах процент будет меньше, на меньших — больше. «Из-за финансового кризиса изменять наши тарифы в ближайшее время мы не намерены,— поясняет господин Черногоров.— На данный момент возможности для чисто экстенсивного роста нашей площадки неисчерпаемы. Мы ожидаем, что в ближайшее время на торги в электронных системах перейдут те компании, которые раньше росли за счет благоприятной рыночной конъюнктуры, а теперь вынуждены жестко экономить. Поэтому какая-либо ценовая дискриминация здесь бессмысленна».

Другие площадки берут только абонентскую плату. Так, ежемесячный взнос за пользование системой b2b-center.ru составляет 9 тыс. рублей (108 тыс. в год). Абонентская плата на другой крупнейшей площадке — trade.su — по минимальному тарифу составляет 24,9 тыс. рублей в год.

Некоторые площадки предлагают комбинированный подход. Так, участие в качестве поставщика на площадке tender.pro по стандартному тарифу стоит 1,5 тыс. рублей в месяц, комиссия за участие в тендере не взимается. Однако если поставщик выбирает тарифный статус «игрок», то вместо абонентской платы он отдает 650 рублей за участие в тендере, а в случае заключения сделки платит комиссию в размере 0,5% от ее объема.

ОТБОРНЫЕ КРИТЕРИИ Компании, решившей перейти на электронные торги, необходимо выбрать, какой тип электронной площадки ей больше подходит. В первую

«КРИЗИС — ЭТО ПОВОД ПОСТРОИТЬ ИННОВАЦИОННУЮ ЭКОНОМИКУ»

АЛЕКСАНДР ШОХИН, президент Российского союза промышленников и предпринимателей считает, что электронная торговля может помочь инновационным бизнесам пробиться на рынок

ИРИНА КАЛАШНИКОВА

Сегодня официально признано, что производителем мирового финансового кризиса являются США. На саммите G20, состоявшемся в Вашингтоне в октябре этого года, американцы в некотором смысле даже принесли за это извинения. В прошлом году термин «кризис» использовался очень аккуратно. Да, были легкие неприятности с перекредитованием. Да, финансовые власти США практически национализировали два крупнейших ипотечных агентства — Freddy Mac и Fannie Mae. Но потом оказалось, что под угрозой еще и частный, и инвестиционный банковский сектор. Весной этого года Bear Stearns, пятый по величине инвестиционный банк США, был передан американскому казначейству. Затем последовал крах Lehman Brothers и т. д. Вся эта цепочка закончилась выделением конгрессом $700 млрд на поддержку американской экономики.

Неопределенность и отсутствие четкой позиции у монетарных властей страны—производителя кризиса на протяжении долгого времени в том, как действовать, породило волну недоверия и вызвало серию падений на фондовых рынках. В итоге мы имеем спад на фондовых рынках почти всех стран Европы, США, России, Китая. Однако то, что мы наблюдаем сегодня, это только начало падения. По оценкам экспертов, дно кризиса придется на начало следующего года, некоторые российские эксперты, прогнозируют, что самым сложным будет март. В целом большинство склоняется к тому, что весь 2009 год будет очень тяжелым. Это однозначно глобальная рецессия, глубины и продолжительности которой сегодня никто не знает. Оптимисты считают, что к концу 2009 года все закончится, а пессимисты придерживаются мнения, что кризис затянется на два-три года.

Главный негативный эффект кризиса заключается в волне недоверия, из-за которой разваливаются цепочки спроса. Контрагенты, еще вчера нормально сотрудничавшие, перестают доверять друг другу. Отсюда нехватка ликвидности, резкое падение мировых цен на нефть, металл и другие товары. Почему в России кризис проявляется сильнее, в том числе и падение фондового рынка? Именно в силу однобокой сырьевой направленности экономики. Спрос на экспортные сырьевые товары упал, а их обеспечивали наши основные «голубые фишки». Они потянули за собой весь сектор публичных компаний. Если бы структура нашей экономики была иной, более диверсифицированной, не зависящей в такой степени от конъюнктуры мировых рынков базовых энергетических товаров, то и падение могло бы быть гораздо меньшим.

С другой стороны, кризис — это повод начать выстраивать инновационную модель экономики. Это повод наконец осуществить технологический сдвиг. Объясняя причины возникновения кризиса, часть экспертов указывает на то, что кондратьевский долгосрочный цикл смены технологической базы совпал с рядом других циклов, в том числе с финансовым. Однако поскольку кризис в любом случае откроет новые возможности, то перестройке той же технологической базы может способствовать, например, система онлайновых электронных торгов.

В чем связь инновационного развития с электронными торгами, онлайновыми системами корпоративных и государственных закупок? Дело в том, что они позволяют выбирать лучшую продукцию не только по ценовому, но и по более широкому кругу параметров. О ней трудно узнать, стоя в очереди традиционных поставщиков, у которых давно созданы эксклюзивные связи с крупными потребителями, корпорациями, государством и т. д.

Сегодня нам нужны инновации в каждой отрасли, и прежде всего в сырьевой, потому что они еще долго будут оставаться локомотивом роста российской экономики. Но нам важен еще и рост чисто инновационных отраслей. Инновации сегодня поставляются прежде всего малым и средним бизнесом. Электронная торговля может помочь таким бизнесам пробиться на рынок. В системе онлайновых торгов легче выходить на рынки крупных потребителей, поскольку электронная торговля дает недискриминационный доступ к рынкам.

ИТАР-ТАСС/EPA

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ СИСТЕМЫ ПОМОГАЮТ ПРЕОДОЛЕВАТЬ КРИЗИС

очередь необходимо четко разделять площадки, где проводятся реальные торги, и сайты, публикующие объявления о тендерах. «Большое количество сайтов часто называются площадками, но реально торги не проводят,— предупреждает Андрей Черногоров.— Они отличаются, как eBay и сайт газеты „Из рук в руки“. Первый проводит аукционы и осуществляет трансакции, а вторая только публикует информацию».

Есть смешанный тип площадок, например trade.su. Это в большей степени доска объявлений, однако компания имеет возможность заключить договор с оператором сайта «Трейд.Су», который может выступить как агент-посредник между реальными поставщиком и покупателем. Существуют отраслевые площадки, такие, как B2B-energo (энергетика) или idk.ru (сельское хозяйство), а также площадки, созданные самими компаниям: mmk.ru (Магнитогорского металлургического комбината), mirax.ru (строительной корпорации «Миракс»). Площадки разнятся также по видам деятельности (закупочная или сбытовая), количеству участников, объемам торгов и пр.

Эксперты указывают на то, что выбрать площадку компания может, не только основываясь на знании видов, но и исходя из специфики отрасли и поставленных перед самой компанией задач.

Если предприятие обладает достаточным объемом свободных оборотных средств, то она может создать свою собственную электронную торговую площадку. Такие услуги предлагают и сами операторы электронных систем. Например, площадка tender.pro предлагает разработать торговую площадку за 3,5 млн рублей. Однако в условиях кризиса редкая компания готова будет потратить такой объем средств. Как отмечает Антон Никольский, реальной отдачи стоит ожидать от таких площадок, если они были уже созданы компаниями в прошлом, однако до кризиса не использовались на полную силу. «Возьмем, к примеру, площадку mmk.ru,— говорит Антон Никольский.— Сегодня она позволяет ММК охватить новые рынки сбыта, например СНГ, которые не принимались во внимание раньше».

Выход на отраслевую электронную площадку дает компании возможность попасть на онлайновые рынки сбыта или закупок, созданные с учетом работы в конкретной отрасли. «Такие площадки больше учитывают практические возможности и предоставляют сервисы, заточенные под отраслевые проблемы,— поясняет Антон Никольский.— Здесь все классификаторы настроены на конкретную отрасль, и поставщикам легче осуществлять поиск информации».

Если компания заинтересована в расширении рынков сбыта, то ей может подойти и универсальная площадка с большим количеством участников. На такой площадке компания имеет возможность переориентировать свою продукцию на новые рынки.

По мнению Марка Штилкинда, при выборе электронной торговой площадки нужно рассматривать два основных критерия — технологию и маркетинг: «С точки зрения технологии этот процесс мало отличается от выбора, скажем, ERP-системы. Здесь необходимо сформулировать набор требований к провайдеру, поддерживающему площадку, интеграции с существующими системами и пр. И уже оценивать площадки исходя из соответствия этим требованиям. С точки зрения маркетинга необходимо оценить, какие участники рынка имеют доступ к площадке, какие условия стимулируют покупателей и продавцов работать через эту площадку, или, другими словами, какие возможности обеспечит площадка для бизнеса».

В целом эксперты и участники бизнеса склонны считать, что финансовый кризис даст дополнительный импульс развитию отрасли электронной торговли.

Александр Бойко говорит, что с оптимизмом смотрит на будущее развитие электронных площадок, ожидая дополнительного притока участников в системы. По мнению Андрея Черногорова, кризис стимулирует компании стать более прозрачными, причем не только в секторе B2B, но и B2G. «Кроме того, текущий финансовый кризис ускорит рост рынка и расширение клиентской базы»,— добавляет он.

С операторами рынка соглашается Илия Димитров: «В первую очередь рост произойдет за счет увеличения объемов госзаказа, закупки по которому все больше переводятся в форму электронных аукционов. А что эффективно для государства, то будет постепенно осваиваться коммерческими структурами». Антон Никольский проводит аналогию между рынком электронной торговли в секторе B2B и B2C. «Если посмотреть объемы розничной торговли в крупнейших интернет-магазинах, то начиная с сентября их рост составил от 50 до 100%. Аналогичная ситуация ждет и корпоративный сектор, но чуть позднее, поскольку он медленнее реагирует на изменение рыночной конъюнктуры. Думаю, рост составит несколько десятков процентов». ■

ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

Вопрос о том, как использование электронных систем поможет компаниям оптимизировать издержки, будет в числе прочих обсуждаться в рамках первого ежегодного международного форума участников электронной торговли «B2B — задачи, решения, перспективы», который состоится 9 декабря 2008 года. Форум проводится по инициативе РСПП, комитета СФ по образованию и науке, комитета Госдумы по экономической политике и предпринимательству, Ассоциации содействия развитию системы конкурсных закупок, Национальной ассоциации участников электронных торгов и Гильдии отечественных специалистов в области размещения госзаказа.

В мероприятии примут участие представители федеральных и региональных органов власти, руководители российских и иностранных компаний, международных организаций, представители отраслевых союзов и ассоциаций. Основными темами для обсуждения станут совершенствование законодательства в области регулирования государственных и корпоративных закупок, разработка нацстандарта закупочной деятельности, формирование единого рынка инноваций, борьба с коррупцией при расходовании бюджетных средств, обеспечение конкурентной среды для участников ЭТП, создание условий для эффективного партнерства бизнеса и власти и др.

ВАЖНЫМ ФАКТОРОМ УЧАСТИЯ В ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГАХ КАК РАЗ ЯВЛЯЕТСЯ ИХ ПРОЗРАЧНОСТЬ И ОТКРЫТОСТЬ. СОЛИДНЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛОЩАДКИ, ПРОВОДЯЩИЕ МИЛЛИОННЫЕ СДЕЛКИ, НЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ТОМ, ЧТОБЫ УЧАСТНИКИ ИХ СИСТЕМ МОШЕННИЧАЛИ

«ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ ПОВЫШАЕТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИЙ»

В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ СТАЛ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАТЬСЯ И В РОССИИ, ПРИРАСТАЯ ДО 25% В ГОД. О ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВАХ И СПЕЦИФИКЕ РАБОТЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК BG РАССКАЗАЛ АЛЕКСАНДР БОЙКО, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОАО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ», ОПЕРИРУЮЩЕГО СИСТЕМОЙ B2B-CENTER.RU.

BUSINESS GUIDE: В чем специфика российского рынка электронной B2B-торговли?

АЛЕКСАНДР БОЙКО: Сегодня многие российские производители даже не знают или имеют извращенное представление о том, что такое электронная торговля и как она работает. Если сделать срез рынка участников электронных торговых систем, то мы увидим, что около 80% из них находится в Центральном регионе. В других регионах многие люди даже не слышали об электронной торговле. Национальная специфика рынка еще в том, что у нас часто складываются рынки монопотребителей, которые превращаются в закрытые клубы. Один потребитель выбирает, скажем, пять выгодных ему поставщиков, а они уже не будут заинтересованы, чтобы на их место пришли конкуренты, и клуб закрывается.

BG: Что дают электронные торговые площадки?

А. Б.: Электронные площадки — это открытые саморегулируемые организации бизнеса. Торговля на таких площадках дает компаниям возможность участвовать в торгах по принципам честной конкуренции и добиваться лучшей цены. Это позволяет им оптимизировать издержки, поддержать ликвидность, сделать компанию более привлекательной для инвесторов. На открытых площадках повышается конкурентоспособность компаний.

BG: Ваша площадка — одна из старейших и крупнейших в России. Если сделать ее отраслевой срез, каких компаний больше?

А. Б.: Из-за того что в свое время у нас ударно работало РАО ЕЭС, больше всего, наверное, энергетиков.

BG: Площадка изначально создавалась под РАО ЕЭС?

А. Б.: Не совсем так. В 2002 году мы начали создавать площадку для государственных закупок. Тогда как раз готовился новый закон о госзакупках. Но поскольку разработка закона затягивалась, мы передали наработанный опыт в РАО ЕЭС. В некотором смысле оно по структуре совпадало с государством — разобщенные бюджетополучатели, разбросанные по всей стране, затраты которых необходимо было контролировать. До момента реструктуризации порядка 60% всех закупок РАО ЕЭС было переведено в систему электронных торгов b2b-energo.ru. Это делалось с очевидной целью — показать прозрачность компании, чтобы поднять ее капитализацию перед продажей. Пока закупки проходили в таком виде, РАО ЕЭС удерживало рост тарифов на уровне, не превышающем инфляцию. И кроме того, по подсчетам самой компании, РАО ЕЭС сэкономило около 33 млрд рублей. Подсчет был простой: разницу в цене между аналогичными товарами, купленными на площадке и вне ее, ставили в актив площадке.

BG: Как повели себя энергетические компании, участвовавшие в торгах на вашей площадке, после продажи активов РАО ЕЭС?

А. Б.: Они остались — правда, не все.

BG: Помимо энергетики какие еще отрасли представлены?

А. Б.: Много строителей, нефтяников, транспортников… На самом деле, их трудно разделять. Дело в том, что строитель, например, может работать в гражданском строительстве, а может строить подстанции для энергетиков. А транспортник — возить грузы и для энергетиков, и для строителей. К какому сегменту он относится в таком случае? Не понятно. Мы как раз стремимся к единому рынку, на котором отраслевое разделение неважно.

BG: Но у вас же есть площадки b2b-avto.ru, b2b-avia.ru. Они для чего нужны?

А. Б.: Эта специализация по отраслям условна. Компания может зайти внутрь системы через такую площадку, позиционировав себя как авто- или авиапроизводитель. Внутри рынок единый. Системе все равно, с какой площадки

СВЕТЛАНА ПРИБАЛОВА

АЛЕКСАНДР БОЙКО: «СИСТЕМЕ ВСЕ РАВНО, С КАКОЙ ПЛОЩАДКИ ЗАШЛА ТА ИЛИ ИНАЯ КОМПАНИЯ. ДОПУСТИМ, КОМПАНИЯ ПОСТАВЛЯЕТ ЭЛЕКТРОМОТОРЫ И ОНИ ПОТРЕБОВАЛИСЬ НЕ ЭНЕРГЕТИКАМ, А НЕФТЯНИКАМ»

зашла та или иная компания. Допустим, компания поставляет электромоторы и они потребовались не энергетикам, а нефтяникам. Компания все равно получит приглашение на конкурс по поставке электромоторов.

BG: Это происходит автоматически?

А. Б.: Да, вы указываете название продукции, которая вас интересует, и система делает рассылку по конкурсам по этой продукции. На нашей площадке существует жесткая классификация товаров. Нет такого, что один пишет «рукавицы», а другой — «варежки», а потом оба не видят продукцию друг друга в системе.

BG: Вы сами ее разработали?

А. Б.: Нет, это классификатор товаров, принятый у нас в стране. Мы его только доработали. Каждый товар имеет цифровой код. Например, вы пишите «болт» — это четыре цифры, «болт с левой резьбой» — пять, «болт с левой резьбой никелированный» — шесть. Таких описаний может быть бесконечное количество. Если вы напишите, что вас интересует только болты с левой резьбой, вам и будут приходить объявления только на них. Если вас интересуют просто болты, то вы получите предложения на все виды болтов.

BG: И все-таки какая площадка лучше — узкоспециализированная или универсальная?

А. Б.: Лучше, если она большая. Чем больше площадка, тем шире возможности. Например, вы всегда поставляли задвижки электроэнергетикам. На универсальной площадке у вас появляется возможность поставлять те же задвижки — а они одинаковые — нефтяникам и газовикам. Кроме того, если на площадке действует всего 500 фирм, очевидно, что за ее пределами предложение гораздо больше, поэтому вам ничего не стоит с нее уйти. Но если участников более 20 тыс., то терять этот рынок вам уже не захочется. Плохо, что часто компании, работающие на электронной площадке, рассматривают себя только в одной ипостаси — как поставщика товара. Они не видят себя в роли покупателя, который мог бы оптимизировать свои издержки, покупая в системе то, из чего производится его товар, и таким образом влияя на спрос. Компания, формирующая спрос,— это более сильная и уважаемая позиция.

BG: Существуют ли зарубежные аналоги вашей площадки?

А. Б.: Полные аналоги нам неизвестны. Есть достаточно известная B2B-площадка в Китае — alibaba.com.cn. Но там другой принцип функционирования: они не ищут партнера, а просто продают товар. Это особенности менталитета: если китайская компания пишет, что поставит кроссовки за $20, она никогда не поставит их за $3. Кроме того, это не трансакционная площадка: вы обращаетесь в систему с запросом, она выдает вам 20 фирм, и дальше вы сами обзваниваете их и заключаете контракт вне площадки. Трансакционные площадки есть, но в большинстве случаев это площадки компаний для собственных закупок. Например, такие есть в США у компаний Ford и General Electric. В целом, B2B-площадки на Западе — это системы быстрого поиска партнеров. Вы заходите на площадку, где представлено много компаний, набираете в поиске название товара, и система вам выдает сотню баннеров компаний, продающих этот товар. Дальше вы по ссылке идете на их сайты и знакомитесь с условиями. Но при этом вы смотрите прайс-лист. Знаете, как сильно отличается прайс-лист от реальной цены, до которой компания готова торговаться в конкурсе? В разы!

BG: Допустим, компания решила стать участником торгов на электронной площадке. Что ей необходимо сделать?

А. Б.: Сначала пройти регистрацию. При этом она должна быть готова предоставить о себе все данные, которые мы сверяем с базой налоговой инспекции. Так отсекаются несуществующие или обанкротившиеся компании. В дальнейшем, если компания уже участвовала в торгах и ей потребовалась банковская гарантия на исполнение своих обязательств, она может воспользоваться нашим сервисом и получить электронную банковскую гарантию внутри системы. Банку дается доступ к системе, он открывает карточку компании и видит, что компания участвовала в 25 конкурсах, из них выиграла 18 и по всем выполнила свои обязательства без срывов. Такая компания легко получит гарантию. Ей не нужно собирать документы и ехать в банк. Кроме того, у нас есть, например, возможность получить электронную цифровую подпись прямо на площадке. Мы только отслеживаем, чтобы ее получил легитимный человек.

BG: Как проходят торги?

А. Б.: Если компания хочет что-то купить, она может объявить о своем намерении участникам площадки. Как это сделать? У нас, например, существует ряд стандартных процедур. Все они соответствуют российскому законодательству о проведении публичных торгов. Это закрытые и открытые аукционы и конкурсы, конкурентные переговоры и многое другое. Компания запускает такую процедуру по определенным правилам, принятым на площадке, устанавливая сроки, место и время проведения процедуры. Она также публикует список необходимых документов, которые должны предоставить участники торгов.

BG: Стандартные процедуры вы разрабатывали сами?

А. Б.: Это сублимация положительного опыта различных ведущих компаний: объявляется конкурс, задаются критерии, из поступивших предложений, соответствующих всем критериям, выбирается лучшее по качеству-цене.

BG: Хорошо. А если компании поступили предложения, соответствующие заданным критериям, она имеет возможность отказаться от сделки?

А. Б.: Как она может отказаться? Если предложение соответствует всем критериям, компания обязана выбрать лучшую. Это ее обязательства перед рынком. Пошутить здесь нельзя.

BG: А передумать?

А. Б.: Компания не может сказать, что ей больше нравится вариант Y, если по ее критериям лучшим является вариант X. Это глупость. У нас таких случаев не бывает. Другое дело, что мы можем проследить всю процедуру и, например, увидеть, что на заданный запрос ответили 150 компаний, из них 50 запросили конкурсную документацию, но только одна компания подала заявку на участие в конкурсе. Это может говорить только об одном: критерии были составлены так, чтобы выиграла именно эта компания.

BG: Что тогда вы делаете?

А. Б.: Наказывать не наша задача. Мы показываем ситуацию владельцам бизнеса. Как правило, они не заинтересованы в процедурах, заточенных под определенную компанию. Зачем им это? Если они захотят, то и так смогут закупать у компании Y, участвовать для этого в торгах совершенно не обязательно. Другое дело, если решение за него принимает менеджер по закупкам, который, как наемный работник, едва ли заинтересован в прибыли самого бизнеса, скорее — в содержании собственного кармана. Собственно, это мы и показываем владельцу.

BG: Вы получаете процент от сделки, заключенной на вашей площадке?

А. Б.: Нет. Мы не берем никаких комиссий, так как считаем, что это неправильно. Если бы мы брали процент от сделки, то были бы заинтересованы в повышении цены — площадка же создана для оптимизации издержек компаний, а не для получения нами быстрой прибыли.

BG: Вы хотите меня убедить в том, что не стремитесь заработать?

А. Б.: Так мы зарабатываем! Но на расширении рынка. Нам платят абонентскую плату — 9 тыс. рублей в месяц. Поэтому чем больше у нас участников, тем больше наши доходы. Сейчас у нас около 20 тыс. участников из 54 стран, объем сделок около 500 млрд рублей. А мы хотим, чтобы их было 50 тыс., 100 тыс., 500 тыс. И с этого мы заработаем. Но какое отношение мы имеем к тем трансакциям, которые компании проводят между собой? Приведу пример. Недавно у нас прошел конкурс на строительство Троицкой ГРЭС. В конце спорили четыре компании, и цена упала с 73 млрд до 57 млрд рублей. Если бы мы получали процент, то были бы заинтересованы в более высокой цене — тогда наш доход был бы явно выше. Мы предоставляем удобный инструмент для работы и тем самым привлекаем новых участников. Наша площадка — открытая система, доступная для всех. Суметь заработать в ней — это уже задача самой компании.

Интервью взяла **ОЛЬГА ХВОСТУНОВА**

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ПЛОЩАДКА

Холдинговая компания «ОАО „Центр развития экономики“» (ЦРЭ) основана в 2002 году. В настоящее время ЦРЭ занимает лидирующие позиции на российском рынке информационных технологий в области разработки и внедрения систем электронной торговли типа B2B (система B2B-Center) и B2G (система «B2G-Госзакупки»). Компания работает с предприятиями практически всех отраслей экономики — естественными монополиями, крупными холдингами, а также с государственными учреждениями и ведомствами, реализуя проекты, направленные на повышение экономической эффективности предприятий-клиентов. На данный момент в единую систему ЦРЭ интегрированы более 30 площадок, среди которых b2b-energo, b2b-avia, b2b-intechno, b2b-goszakupki.ru и пр. За последние два года в системе проведено торгов на общую сумму более 500 млрд рублей. Также в системе была зарегистрирована крупнейшая сделка, проходившая когда-либо в сфере электронной торговли. Сумма сделки составила 57 млрд рублей. В системе зарегистрировано более 20 тыс. предприятий. Ежемесячно к системе подключается порядка 500 новых участников. В 2007 году компания вышла на публичный рынок.

«РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ РОССИИ ЕДИНСТВЕННЫЙ СПОСОБ ПЕРЕЙТИ ИЗ ЛАГЕРЯ ОТСТАЮЩИХ В ЛАГЕРЬ ЛИДЕРОВ»

К 2020 ГОДУ РОССИЯ ДОЛЖНА ВОЙТИ В ПЯТЕРКУ МИРОВЫХ ЛИДЕРОВ ПО ОБЪЕМУ РЫНКА ИННОВАЦИЙ. ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА ПО ОБРАЗОВАНИЮ И НАУКЕ СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ ХУСЕЙН ЧЕЧЕНОВ РАССКАЗАЛ BG О ТОМ, КАК НОВЫЙ ПРОЕКТ ВЕДОМСТВА — СИСТЕМА «B2B-ИНТЕХНО» — БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ ФОРМИРОВАНИЮ В СТРАНЕ ЗРЕЛОГО ИННОВАЦИОННОГО РЫНКА.

BUSINESS GUIDE: Единая электронная система «B2B-Интехно» была запущена в опытную эксплуатацию 1 августа 2008 года. Что она собой представляет?

ХУСЕЙН ЧЕЧЕНОВ: «B2B-Интехно» — это электронная площадка, на которой предприятия, предлагающие свои разработки для серийной продукции, и бизнес-структуры, готовые вложить в это деньги, находят друг друга. Вы заходите на портал, знакомитесь с предложением и ценами, находите адреса владельцев разработки, детали проекта и другую дополнительную информацию. Все необходимые данные сведены здесь воедино и выложены за символические деньги. Сейчас на площадке зарегистрировано уже порядка 18 тыс. предприятий. Теперь нужно, чтобы система получила всеобщее признание, чтобы информация регулярно обновлялась и была актуальной. Также важно, чтобы она предоставляла сведения не только об отечественных, но и об иностранных предприятиях. Создание единой открытой информационной базы будет стимулировать бизнес к более активному участию в инновационном процессе, так как в конечном счете именно бизнес должен быть заинтересован в развитии экономики инноваций.

BG: Каким образом проект «B2B-Интехно» может способствовать повышению инновационности российской экономики?

Х. Ч.: Речь идет о формировании рынка инноваций. Нужно создать такую систему, при которой все элементы инноваций: фундаментальная наука, прикладная наука, инвестор, продавец, покупатель — взаимодействовали бы между собой. Что такое фундаментальная наука? Это большая база научных знаний, но, к сожалению, она не имеет ничего общего с коммерцией. Прикладная наука, в отличие от фундаментальной, может перевести изобретение, технологию или продукт в плоскость практического применения. Вот, например, изобрели рентгеновские лучи — и на основе этого изобретения был создан рентгеновский аппарат, или благодаря открытию радиоактивности появились атомные станции и так далее. Другими словами, прикладная наука превращает исследовательские разработки в конкретный осязаемый продукт, который может быть внедрен в массовое серийное производство и предложен рынку. Однако проблема в том, что рынка как такового нет. Номинально существуют и заказчики таких технологий, и их исполнители, и продавцы, и покупатели, но между собой они никак не взаимодействуют, существуют вне системы.

BG: Чем вы объясняете эту бессистемность?

Х. Ч.: Дело в том, что перевод экономики на инновационный путь развития стал одним из направлений госполитики только с 2002 года, после ежегодного послания президента Федеральному собранию (ключевой темой послания тогдашнего президента Владимира Путина, с которым он выступил 18 апреля 2002 года, стало повышение конкурентоспособности российской экономики в мире.— **BG**). Советская экономическая система в развитии инноваций не нуждалась, а в начале 90-х стране было не до этого. Таким образом, необходимость в создании такого рынка назрела уже давно. Сейчас у нас есть и школа фундаментальной науки, и конструкторские бюро, и НИОКР — одним словом, продукция науки. С другой стороны, есть люди, которые готовы вложить в эту продукцию деньги, то есть потенциальные покупатели. Проблема только в том, что у продавцов и покупателей нет информации друг о друге, нет площадки, где они могли бы встретиться и договориться, нет инфраструктуры, нет рынка. Как в современных условиях можно быстро и качественно построить этот рынок с нуля? Только с использованием информационных технологий, сети интернет и электронных носителей.

Илья Питалев

ХУСЕЙН ЧЕЧЕНОВ: «НУЖНО СОЗДАТЬ ТАКУЮ СИСТЕМУ, ПРИ КОТОРОЙ ВСЕ ЭЛЕМЕНТЫ ИННОВАЦИЙ: ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ НАУКА, ПРИКЛАДНАЯ НАУКА, ИНВЕСТОР, ПРОДАВЕЦ, ПОКУПАТЕЛЬ — ВЗАИМОДЕЙСТВОВАЛИ БЫ МЕЖДУ СОБОЙ»

BG: Получается, что система «B2B-Интехно» позволит сформировать рынок инноваций в короткие сроки?

Х. Ч.: Нет, быстро наладить этот процесс невозможно. Тем более что пока, например, крупному бизнесу, экспортирующему углеводородное сырье, металл и другую ненаукоемкую продукцию, это не так уж и нужно. Принуждать его бесполезно, значит, остается надеяться на государство.

BG: А какие законодательные инициативы могут ускорить этот процесс?

Х. Ч.: Прежде всего нужно внести изменения в налоговое законодательство и стандарты бухучета, чтобы стимулировать предприятия инвестировать в НИОКР, новые технологии и отражать получаемую интеллектуальную собственность в балансе. Также необходимо повысить защищенность нашей интеллектуальной собственности — законодательно обязывать патентовать или защищать как ноу-хау результаты интеллектуальной деятельности, полученные в результате работ, финансируемых государством. Кроме того, по аналогии с тем, как это делается в США, необходимо предоставить возможность авторам НИОКР, финансируемых государством, оформлять эти патенты на себя при условии, что они будут их в дальнейшем использовать, внедрять или продавать, а не положат в стол, но государство в любом случае получит лицензию на использование. Иначе говоря, нужно создать потребность в инновациях и в научной среде, чтобы были заинтересованы все стороны: наука и бизнес получали бы деньги, а государство — развивающуюся экономику, и делать это нужно с помощью законодательства.

Я надеюсь, что в следующем году в Госдуме будут приняты законы, касающиеся передачи технологий (речь идет о федеральном законе «О передаче технологий», который будет регулировать отношения в области распоряжения правами на единые технологии.— **BG**), защиты интеллектуального права и института патентных поверенных. Это окажет большое влияние на практическую сторону дела. Например, сейчас получение патента на изобретение — дорогостоящий и длительный процесс, в НИИ денег на эти цели фактически не выделяется, поэтому многие разработки наших ученых оказываются незащищенными. Для сравнения: в США производитель патентует не только саму разработку, но и ключевые этапы ее создания. Это делается для того, чтобы предприимчивые конкуренты не запатентовали какую-нибудь важную часть вашего изобретения, которую вы по оплошности не «прикрыли» патентом, и не запретили вам его применять. Вообще патент — очень важный инструмент конкурентной борьбы. В российской системе патентования есть много пробелов, в результате чего картина выглядит удручающей. Так, объем научных публикаций в России составляет 2,8% от общемирового, тогда как на долю США приходится 32,8%, на страны Евросоюза — 38%. Добиться таких высоких показателей им удалось не потому, что их ученые умнее, а потому, что они более защищены с юридической точки зрения. Об этом говорит и статистика заявок, подаваемых в патентующие центры наших стран — например, в 2005 году в США было подано более 19 900 заявок, в России — только 59.

BG: Как вы оцениваете сегодняшний потенциал российской науки?

Х. Ч.: Сейчас у российской науки есть и ресурсы, и технологии, но, как я уже говорил, нет системы, позволяющей эффективно направлять средства на производство интеллектуальной продукции и превращать ее в конкретные технологии. Пока этой системы не создано, какие бы деньги ни вливались в науку и промышленность, эффект будет очень незначительный. В некоторых областях науки мы отстаем технологически, но кое-где у нас есть преимущество.

BG: Где, например?

Х. Ч.: В электроэнергетике. Во-первых, это базовая отрасль, имеющая ключевое значение для всех мировых экономик, поэтому любая инновация в этой сфере дает колоссальный эффект для экономики страны. Электроэнергетика — очень наукоемкая отрасль, и во все времена в нее вкладывались огромные средства, которые не пропали впустую. Однако стоимость наших энергопредприятий отражает рыночную стоимость фактически только железа: множество изобретений, внедренных в этой отрасли, из-за несовершенства законодательства не всегда адекватно учитывались и не всегда отражались в балансах предприятий. Неудивительно, что наши предприятия существенно недооценены по сравнению с западными. А представьте, что будет, если результаты интеллектуального труда станут оформляться отдельной графой как собственность предприятия и выводиться на рынок. Это ведь товар, которым можно торговать, который станет новым инструментом повышения капитализации предприятия.

BG: А не получится ли так, что нынешний финансовый кризис снова отвлечет внимание государства от проблемы инновационного развития, как это случилось в 1990-х?

Х. Ч.: Конечно, мировой финансовый кризис может замедлить процесс. Но нельзя допустить, чтобы развитие инновационной экономики ушло на периферию. Если России удастся сейчас, во всеобщей суматохе, войти в этот инновационный коридор, у нее появится больше шансов выйти на мировой рынок с конкурентоспособной экономикой. Дело в том, что мировой инновационный рынок растет в геометрической прогрессии, так что времени у нас осталось очень мало — считанные годы.

BG: Вы хотите сказать, что Россия должна успеть создать собственный рынок инноваций к конкретному сроку?

Х. Ч.: К 2020 году нам надо войти в пятерку инновационно развитых стран с собственным объемом рынка инноваций примерно в $1 трлн. Нынешние условия усложняют эту задачу: финансовые рынки рушатся, и бизнес вряд ли станет самостоятельно вкладываться в инновации. Однако практика показывает, что выходу из кризиса чаще всего способствуют нестандартные, неожиданные решения. Достаточно вспомнить пример Японии, которая после второй мировой войны вложилась в технологии и менее чем за полвека превратилась в ведущую индустриальную и технологическую державу. Развитие инноваций и сегодня может оказаться таким нестандартным решением. А для России это фактически единственный способ перейти из лагеря отстающих в лагерь лидеров.

Интервью взяла АРИНА ШАРИПОВА

ЛИЧНОЕ ДЕЛО

Хусейн Чеченов родился 22 февраля 1942 года в селе Кенделен Эльбрусского района Кабардино-Балкарской АССР. Работал слесарем на Нальчикском гидрометаллургическом заводе, на Московском заводе имени Лихачева. В 1969 году окончил Московский авиационный институт. В 1969–1970 годах — преподаватель Кабардино-Балкарского государственного университета, в 1970–1974 годах — старший научный сотрудник НИИ машиностроения (г. Баку, Азербайджанская ССР). В 1974–1997 годах — ассистент кафедры электротехники, старший преподаватель, доцент предметной комиссии по теоретической и прикладной механике, заведующий кафедрой деталей машин, проректор по научно-исследовательской работе Кабардино-Балкарского государственного университета. В феврале 1997 года назначен председателем правительства Кабардино-Балкарской республики, в феврале 2004-го подал в отставку, заявив о неэффективности работы своего правительства. С февраля 2005-го являлся членом Совета федерации РФ от Кабардино-Балкарии. В ноябре 2005-го утвержден представителем в Совете федерации Федерального собрания РФ от исполнительного органа государственной власти Кабардино-Балкарской республики (дата подтверждения полномочий — 23 ноября 2005 года, срок окончания полномочий — сентябрь 2010 года), с 2007-го возглавляет комитет СФ по образованию и науке, с 2007 года также член подкомиссии по атомной энергетике комиссии СФ по естественным монополиям. Член-корреспондент Академии технологических наук РФ, действительный член Международной академии творчества, академик Академии промышленной экологии, академик Международной академии информатизации, заслуженный деятель науки Кабардино-Балкарской республики, избирался депутатом совета представителей парламента Кабардино-Балкарской республики, награжден медалью «300 лет Российскому флоту». Женат, имеет троих детей.

ОБЪЕМ НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В РОССИИ СОСТАВЛЯЕТ 2,8% ОТ ОБЩЕМИРОВОГО, ТОГДА КАК НА ДОЛЮ США ПРИХОДИТСЯ 32,8%, НА СТРАНЫ ЕВРОСОЮЗА — 38%. ДОБИТЬСЯ ТАКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИМ УДАЛОСЬ ПОТОМУ, ЧТО ИХ УЧЕНЫЕ БОЛЕЕ ЗАЩИЩЕНЫ С ЮРИДИЧЕСКОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

↑

ОТКРЫТО НА УЧЕТ

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА РОССИЙСКИХ ЭНЕРГЕТИКОВ B2B-ENERGO ЗАРАБОТАЛА В 2004 ГОДУ ПО ИНИЦИАТИВЕ УЖЕ НЕ СУЩЕСТВУЮЩЕГО РАО «ЕЭС РОССИИ». КОЛИЧЕСТВО ЕЕ УЧАСТНИКОВ В НАСТОЯЩИЙ МОМЕНТ ПРИБЛИЖАЕТСЯ К 20 ТЫС. НО ПО НЕКОТОРЫМ ПРОГНОЗАМ, В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА ТЕМПЫ ПРИРОСТА КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ СИСТЕМЫ УЖЕ В СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ МОГУТ СОКРАТИТЬСЯ ВДВОЕ. АННА САМОЙЛОВА

Целью создателей системы B2B-Energo была организация эффективных закупок для электроэнергетики, и в первую очередь снижение затрат энергокомпаний на приобретаемые товары и услуги. По словам Алексея Романова, в прошлом руководителя дирекции организации, методологии конкурсных закупок и стандартизации РАО «ЕЭС России», годовой объем затрат на организацию торгов для энергетической отрасли в те годы превышал 300 млрд рублей, что составляло почти половину совокупных затрат холдинга. «Организация закупочной деятельности позволяла без серьезных капитальных затрат существенно снизить издержки и таким образом повысить эффективность деятельности энергокомпаний. Одним из важнейших элементов системы закупок стал проект B2B-Energo, с помощью которого энергетические компании имели возможность анализировать рынок, проводить маркетинг и организовывать различные виды закупок»,— говорит бывший менеджер РАО. Специалисты компании разработали регламент всего процесса закупочной деятельности, детально описывающий всю работу торговой интернет-системы.

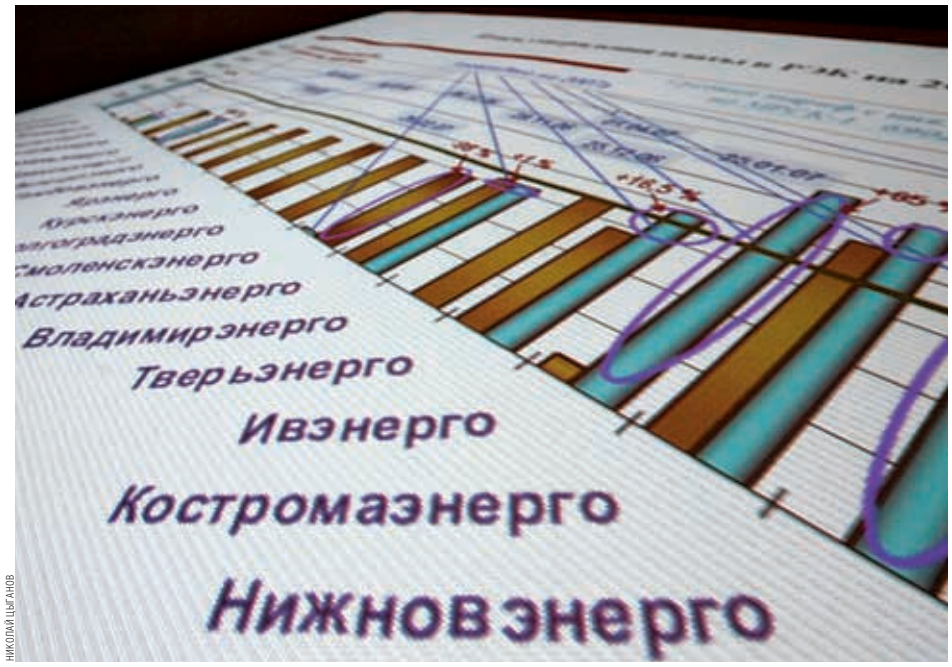
Чтобы принять участие в торгах, компании нужно было только зарегистрироваться на портале b2b-energo. В первые годы работы системы документацию на участие в конкурсах запрашивали в среднем две-три организации, в 2007 году количество заявителей на каждый конкурс выросло до 14 организаций. На момент подписания этого номера в системе B2B-Energo было зарегистрировано 19 819 участников, проводилось более 1,5 тыс. торговых операций на общую сумму более 740 млн рублей.

Система B2B-Energo стала для энергетических компаний важным инструментом для улучшения коммуникации на рынке и снижения издержек. С самого начала своей работы она обеспечила открытость полного цикла расходования средств в процессе закупок, что исключало или, по крайней мере, затрудняло возможность организации коррупционного сговора. По мнению коммерческого директора ОАО «Центр развития экономики» Андрея Бойко, российской энергетике на тот момент была необходима электронная система закупок, поскольку коррупция в отрасли достигла предела.

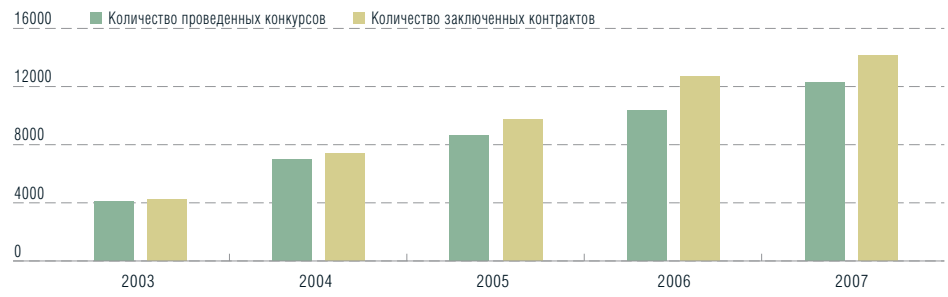
С запуском электронной площадки у РАО появилась и возможность проводить мониторинг действующих цен на товары и услуги в области энергетики. Благодаря этому недобросовестные поставщики уже не могли продавать товар по искусственно завышенным ценам. Кроме того, система автоматически информировала о проводящихся государственных закупочных конкурсах максимально возможное количество заинтересованных поставщиков, что не позволяло проводить конкурс в личных интересах. «B2B-Energo позволила нам сделать прозрачным сам механизм выбора победителя конкурса и таким образом обеспечить выбор лучшего предложения по лучшей цене,— комментирует Алексей Романов.

По словам исполнительного вице-президента РСПП Андрея Свинаренко, в настоящее время российским предприятиям очень не хватает площадок электронной торговли, работающих в интересах их участников. И система B2B-Energo — одна из немногих, способствующих

СИСТЕМА B2B-ENERGO ОБЕСПЕЧИЛА ОТКРЫТОСТЬ ПОЛНОГО ЦИКЛА РАСХОДОВАНИЯ СРЕДСТВ В ПРОЦЕССЕ ЗАКУПОК, ЧТО ИСКЛЮЧАЛО ИЛИ, ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ, ЗАТРУДНЯЛО ВОЗМОЖНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ КОРРУПЦИОННОГО СГОВОРА



НИКОЛАЙ ЦЫГАНОВ



РЕЗУЛЬТАТЫ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАО «ЕЭС РОССИИ» ИСТОЧНИК: ЦРЭ.

экономии средств предприятий и организаций. Надо отметить, что на портале b2b-energo предусмотрен специальный интерфейс, позволяющий участникам организовать подготовку и проведение торгов по инновационным продуктам. С этой целью в системе созданы так называемые паспорта инноваций, ссылки на которые зарегистрированные в системе компании могут получать в автоматическом режиме.

КАК РЕФОРМИРОВАЛИ РАО ЕЭС

Реформировать РАО ЕЭС начали в декабре 1999 года. Тогда совет директоров этой компании создал рабочую группу для выработки концепции реструктуризации РАО. Процесс либерализации электроэнергетики подразумевал разделение единого и целого энергохолдинга на отдельные компании, занимающиеся разным бизнесом: генерацией, передачей электроэнергии и ее сбытом. Кроме того, планировалось создание объединенных генерирующих компаний (ОГК), территориальных генерирующих компаний (ТГК) и межрегиональных распределительных сетевых компаний (МРСК).

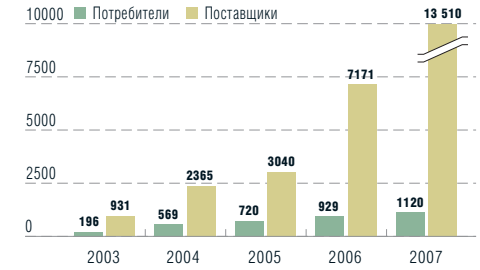
По плану в отрасль должен был прийти и частный капитал. Автором концепции выступил Анатолий Чубайс, занимавший в то время пост председателя правления РАО «ЕЭС России».

15 декабря 2000 года на заседании правительства проект, разработанный совместно с Министерством экономического развития, был принят за основу и направлен на доработку. Спустя чуть более чем полгода, в июле 2001-го, тогдашний председатель правительства РФ Михаил Касьянов подписал постановление «О реформировании электроэнергетики РФ». Таким образом, официально началось реформирование отрасли по плану господина Чубайса.

На первом этапе реформы энергетической компании был принят пакет федеральных законов, что положило начало преобразованию региональных энергокомпаний. Кроме того, была создана инфраструктура рынка, появилась компания, обеспечивающая работу энергосистемы,— ОАО «Системный оператор», компания, управляющая распределительными электросетями,— ОАО «Федеральная сетевая компания ЕЭС», и «Администратор торговой системы» (эта компания должна организовывать торги электроэнергией). В сентябре 2007 года из состава РАО были выделены генерирующие компании ОГК-5 и ОАО ТГК-5.

На втором этапе завершились структурные преобразования активов энергохолдинга. Часть активов и функций передали государству, часть — инфраструктурным компаниям. Всего из РАО ЕЭС в ходе второго этапа реорганизации этой компании было выделено 6 ОГК, 14 ТГК, 11 МРСК и ГидроОГК. В ходе реформы РАО привлекались частные инвестиции. Делалось это за счет размещения и продажи акций компаний. Общий объем частных инвестиций, привлеченных в ходе реформы, составил 803,5 млрд рублей.

С 1 июля РАО «ЕЭС России» прекратило свое существование. Глава компании Анатолий Чубайс возглавил государственную корпорацию «Роснанотехнологии».



ДИНАМИКА ПОДКЛЮЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ К СИСТЕМЕ B2B-ENERGO (КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ) ИСТОЧНИК: ЦРЭ.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА Опрошенные BG участники проекта B2B-Energo со своей стороны единодушно отмечают преимущества системы как эффективного финансового инструмента, позволяющего быстро продавать и покупать товар и быть в курсе всех торговых операций, которые проходят на площадке в данный момент. Начальник отдела проведения конкурсных процедур саратовской компании Евгений Никитин называет B2B-Energo «полной учетной системой». «С ее помощью мы довольно успешно выбрали подрядчика на строительство подстанции „Ягодное“ в Жигулевске. Задача была решена благодаря тому, что претенденты могли видеть наш лот в интернете,— уверяет Евгений Никитин.

Начальник отдела проведения закупок по ОАО ТГК-5 Максим Полушин рассказывает, что его компания участвует в электронных торгах на этой площадке начиная с 2004 года, то есть с момента ее появления. «Участвовать в электронных торгах очень удобно. Ведь кроме всего прочего нам не приходится опасаться, что кто-либо из участников торгов начнет завышать цену лота»,— уверен господин Полушин. Однако добавляет, что его компания не самостоятельно приняла решение об участии в электронных торгах. «Наша управляющая компания „КЭС-Холдинг“ настоятельно нам рекомендовала участвовать только в электронных торгах и только на B2B-Energo. Эта электронная площадка, в отличие от всех остальных, не берет процентного отчисления от сделок, а в качестве платы взимает первоначальный и абонентский взносы. Это снижает риск коррумпированности электронных торгов. Нас существующий порядок устраивает»,— говорит Максим Полушин.

Участники электронных торгов уверяют: именно «административный ресурс», точнее сказать, настоятельные рекомендации акционеров, сделал количество клиентов этой площадки таким значительным. Из всех опрошенных BG участников площадки только директор ООО «Электротрейд» Дмитрий Муравьев и Алексей Романов осмелились сделать прогноз на будущее. По мнению Алексея Романова, электронные площадки в условиях кризиса станут особо актуальными. Дмитрий Муравьев, напротив, полагает, что в следующем году число участников электронных площадок в области энергетики сократится как минимум вдвое. «Для того чтобы рост был динамичным, организаторам электронной системы надо развивать смежные с электроэнергетикой отрасли»,— считает Дмитрий Муравьев. ■

«МЫ ПОЛНОСТЬЮ ИСКЛЮЧАЕМ СИСТЕМУ ОТКАТОВ»

В НОЯБРЕ ЭТОГО ГОДА ЗАО «КОМПЛЕКСНЫЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ» ОТКРЫЛО СОБСТВЕННУЮ ПЛОЩАДКУ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВ НА БАЗЕ УЖЕ ДЕЙСТВУЮЩЕЙ СИСТЕМЫ B2B-ENERGO. О РИСКАХ И ПОЛЬЗЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК ДЛЯ КРУПНЫХ ХОЛДИНГОВ BG РАССКАЗАЛ ПЕРВЫЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ, ОПЕРАЦИОННЫЙ ДИРЕКТОР КЭС АНДРЕЙ ШИШКИН.

BUSINESS GUIDE: Зачем КЭС понадобилось создание собственной электронной площадки на базе уже действующей системы B2B-Energo?

АНДРЕЙ ШИШКИН: Торгово-закупочная система холдинга КЭС входит в единую систему электронной торговли «B2B-Центр». Центральная площадка тоже активно развивается, растет, подстраивается под рынок, под потребителей своей продукции, то есть не ведет себя как законсервированный скелет. Но, участвуя в централизованных электронных торгах, мы поняли, что в компании нет системного подхода к закупочной деятельности. А закупки — это такой вопрос, к решению которого нужно подходить только системно, тем более в такой отрасли, как энергетика. Невозможно делать закупки то там, то здесь, потому что в конечном счете это отражается на общей эффективности. В настоящее время в холдинге КЭС идет работа по централизации части поставок: объединены в централизованные лоты закупки трубной и химической продукции, объявлены электронные торги для закупок работ по крупным инвестпроектам.

И тогда мы сделали шаг вперед — захотели создать собственную площадку, на которой бы сформировался пул поставщиков «под нас», чтобы они знали, какого рода товар и услуги мы заказываем, какого качества, и чтобы они сами выходили на нас. Это гораздо рациональнее, чем осуществлять закупки на большой площадке. Мы, в свою очередь, получили бы возможность контролировать торги только нашей компании. Отдельный портал позволяет компаниям, входящим в холдинг, проводить процедуры закупок в одном месте, что упрощает контроль, сбор статистики, анализ закупочной деятельности и пр. Поставщики понимают, что мы выполняем свои обязательства, а они — свои. Таким образом, мы исключаем полностью систему откатов и создаем прямо противоположную ей систему, при которой все участники торгов поставлены в одинаковые условия, а процедура выбора победителя достаточно прозрачна.

BG: Большинство экспертов, комментирующих тему электронной B2B-коммерции, говорят исключительно о ее преимуществах — прозрачности, равных для всех участников условиях, отсутствии коррупционности. Но сложно поверить, что у этого бизнеса нет своих рисков.

А. Ш.: Действительно, благодаря прозрачности закупок на ЭТП высока защищенность от недобросовестной конкуренции. У этой открытости есть и оборотная сторона: мы менее защищены от возможных жалоб участников торгов, так как любая наша ошибка тут же становится видна всем. Однако данное положение мы считаем скорее плюсом, чем минусом, так как это является некой формой самоконтроля.

Если же говорить о технологической стороне процесса, то самое слабое место электронной торговли — это программные и аппаратные сбои, которые могут привести к потере данных. Как и все информационные системы, ЭТП уязвимы с точки зрения защищенности от таких сбоев. Существуют также возможности электронного взлома и несанкционированного вхождения в систему. Вот почему мы начали с укрепления технологической безопасности площадки.

АНДРЕЙ ШИШКИН: «ВСЕ ЗАКУПКИ МЫ СЕЙЧАС ПЕРЕВОДИМ В ОТКРЫТЫЙ КОНКУРС, ОСОБЕННО В ОТНОШЕНИИ ГЕНЕРИРУЮЩЕГО И ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ, ПАРОВЫХ КОТЛОВ. В ЦЕЛОМ МЫ ГОТОВЫ ДЛЯ РЕКОНСТРУКЦИИ СВОЕГО ОБОРУДОВАНИЯ ЗАКУПАТЬ ОБОРУДОВАНИЕ У РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ. ДАЙТЕ НАМ ГАРАНТИИ И ОБЕСПЕЧЬТЕ НАДЕЖНОСТЬ — ЭТО ВСЕ, ЧТО МЫ ПРОСИМ»

BG: Как вы оцениваете результаты работы центральной электронной площадки, с момента запуска которой прошло уже почти пять лет?

А. Ш.: Сейчас B2B-Energo — крупнейший электронный рынок поставщиков и подрядчиков, представляющий весь спектр продукции, услуг и технологий для нужд электроэнергетики. Суммарный объем торгов, проведенных на данной площадке за все время ее существования, а это более 400 млрд рублей, лучше всего характеризует востребованность рынка в ее услугах.

BG: Финансовый кризис как-то повлияет на работу электронных торгов?

А. Ш.: Сейчас все зависит от того, как компании будут работать в новых условиях, какая у них будет эффективность. Понятно, что те, чья эффективность окажется выше, будут получать для своих акционеров прибыль, и после того как кризис минует, их акции будут лучше котироваться на рынке.

BG: Готов ли КЭС в таких условиях изменить свою политику закупок, например сотрудничать только с российскими производителями?

А. Ш.: Энергетики отмечают, что сейчас очень высока стоимость строительства оборудования. Готовы ли мы закупать продукцию у российских поставщиков? Реформирование российской электроэнергетики, в результате которого произошла «распаковка» вертикально интегрированных энергетических компаний и продажа пакетов частным инвесторам, предусматривало реализацию инвестиционных программ. И здесь важно решить, где брать энергетическое оборудование, ведь сегодня и в России, и за рубежом его производителей не так много. Образно выражаясь, у нас, конечно, было желание пересесть с «Жигулей» на Mercedes, потому что необходимо эффективное оборудование, которое потребляет меньше топлива, требует меньше обслуживающего персонала и где применяются новые технологии. В России тоже есть хорошее оборудование, которое производится, например, на «Электросиле», Калужском заводе, Уральском турбинном заводе, ЭЛСИБе, Ленинградском механическом заводе. Производство есть, но с ним надо работать, нужно внедрять другие технологии, другой маркетинг, идеологически другую модель в инжиниринге.

Мы рассматриваем любого поставщика, но нам нужно хорошее предложение. Поэтому все закупки мы сейчас переводим в открытый конкурс, особенно в отношении генерирующего и электротехнического оборудования, паровых котлов. В целом мы готовы для реконструкции своего оборудования закупать оборудование у российского производителя. Дайте нам гарантии и обеспечьте надежность — это все, что мы просим. И если характеристики продукции будут совпадать с требованиями органов технического регулирования, мы ее купим. Оборудование должно быть конкурентоспособно по цене, качеству и техническим характеристикам. Мы также рассчитываем, что наши машиностроители смогут обеспечить полный цикл — от проектирования генерирующего оборудования до его производства, от установки до сервиса. Ведь никто не будет заказывать оборудование без определенного качества обслуживания. Кроме того, необходимо, чтобы все оборудование шло в комплексе и, например, турбину можно было купить вместе с генератором. Также очень важно, чтобы отечественное оборудование обслуживалось эффективно и при участии наименьшего количества людей, потому что в этом резерв эффективности энергетической компании.

Интервью взяла АРИНА ШАРИПОВА

КАК И ВСЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ, ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ УЯЗВИМЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЗАЩИЩЕННОСТИ ОТ ПРОГРАММНЫХ И АППАРАТНЫХ СБОЕВ, КОТОРЫЕ МОГУТ ПРИВЕСТИ К ПОТЕРЕ ДАННЫХ. СУЩЕСТВУЕТ ТАКЖЕ ВОЗМОЖНОСТЬ НЕСАНКЦИОНИРОВАННОГО ВХОДА В СИСТЕМУ

↑

ГЕНЕРАЦИЯ ЭНЕРГИИ

ЗАО «Коммунальные энергетические системы» («КЭС-Холдинг») было образовано в декабре 2002 года в рамках энергореформы при активном участии финансово-промышленной группы «Ренова» и крупных региональных энергокомпаний. КЭС владеет контрольными и стратегическими пакетами акций в четырех территориальных генерирующих компаниях — ТГК-5 (Кировская область, Республика Марий Эл, Чувашская и Удмуртская республики), ТГК-6 (Нижегородская, Владимирская, Ивановская, Пензенская области и Республика Мордовия), «ТГК-7 — Волжская ТГК» (Самарская, Саратовская, Ульяновская и Оренбургская области) и ТГК-9 (Республика Коми, Пермский край и Свердловская область). Также КЭС принадлежат пакеты акций в ряде энергосбытовых компаний, газораспределительные активы в семи субъектах РФ и трех регионах Украины.

В 2008 году холдинг принял решение о формировании новой бизнес-модели, включающей в себя генерацию (производство электроэнергии и тепла, тепловые сети), трейдинг, ритейл (розничные продажи электричества, тепловой энергии, газа) и строительство новых генерирующих мощностей.

« ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГИ ВОССТАНОВЯТ ДОВЕРИЕ МЕЖДУ ПОСТАВЩИКАМИ И ПОКУПАТЕЛЯМИ»

ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА ПОКА НЕ ПРОЯВЛЯЮТ БОЛЬШОГО ИНТЕРЕСА К ЭЛЕКТРОННЫМ ТОРГОВЫМ ПЛОЩАДКАМ. О ТОМ, ПОЧЕМУ К УЧАСТИЮ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГАХ ИХ МОГУТ ПРИВЛЕЧЬ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ КОРПОРАЦИИ И ЧЕМ ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ ПОМОЖЕТ КОМПАНИЯМ В ПЕРИОД ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА, BG РАССКАЗАЛ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ РСПП АНДРЕЙ СВИНАРЕНКО.

BUSINESS GUIDE: На Западе электронные торговые системы функционируют давно и в большом количестве, в нашей стране они начали появляться всего пять-шесть лет назад. Как вы оцениваете текущее состояние российского рынка электронной B2B-коммерции?

АНДРЕЙ СВИНАРЕНКО: Сегодня рынок электронной торговли стабильно развивается. Но, на мой взгляд, динамика роста этого рынка не подтверждает его эффективности.

BG: Что вы имеете в виду?

А. С.: Количество электронных торговых площадок год от года растет, сейчас их уже несколько десятков. Однако если алгоритм работы у всех ЭТП практически один и тот же, то принципы работы разнятся. Владельцы одних площадок за возможность торговать на интернет-бирже взимают с участников только абонентскую плату и первоначальный взнос. Как правило, абонентская плата составляет не более 10 тыс. рублей — для большинства компаний это символическая сумма, поэтому площадки с такими правилами игры наиболее оптимальны для предпринимателей. Однако есть и другие площадки — и таких, к сожалению, сегодня большинство, которые в качестве платы за свои услуги требуют от участников торгов отчислять им процент от сделки. Такой метод организации работы электронной торговли я считаю неправильным и неэффективным. Ведь в сложившихся экономических условиях компаниям необходимо научиться четко контролировать и оптимизировать собственные расходы, и участие в электронных торгах может им в этом помочь.

BG: За счет чего, например?

А. С.: Когда предприниматель идет на электронную площадку с фиксированной абонентской платой, чтобы купить или продать тот или иной товар, у него появляется возможность сэкономить на издержках этой процедуры. Владельцы торговых систем, взимающие процент от сделки, не заинтересованы в экономии средств и преследуют собственные коммерческие интересы. Не исключено, что они каким-то образом вынуждают участников электронных бирж покупать тот или иной товар по завышенной цене, ведь чем дороже сделка, тем выше их комиссионные.

BG: Но ведь и сама торговая площадка должна быть заинтересована в организации торгов.

А. С.: Совершенно верно, организация электронных торгов должна быть одинаково выгодна всем сторонам: и поставщикам, и покупателям, и владельцам ЭТП. Одним из последствий случившегося финансового кризиса стало то, что участники торговых операций потеряли доверие друг к другу: некоторые игроки рынка оказались не в состоянии выполнить свои обязательства из-за отсутствия или нехватки нужных ресурсов. На мой взгляд, электронные торговые площадки могут стать высокоэффективным инструментом восстановления и укрепления этого доверия.

BG: Каким образом? По мнению ряда аналитиков, как раз недоверие компаний к процедуре заключения сделок в интернете служит одной из причин того, что рынок электронной B2B-коммерции в России недостаточно развит.

АНДРЕЙ СВИНАРЕНКО: «МЫ РАССЧИТЫВАЕМ НА ТО, ЧТО НАЛИЧИЕ ОТКРЫТОЙ И ПОНЯТНОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЗВОЛИТ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К ЭТОМУ СТАНДАРТУ ДРУГИМ КОМПАНИЯМ»

А. С.: Электронные торговые системы делают товаро- и капиталооборот всех участников практически прозрачным и предоставляют каждому новому клиенту всю необходимую для сделки информацию, начиная от аналитических данных и заканчивая условиями проведения сделки и ее оплаты.

BG: Компании какого профиля составляют сегодня основу клиентской базы электронных торговых площадок?

А. С.: На сегодняшний день это прежде всего машиностроительные и энергетические компании. Однако участие в системах электронной торговли может быть полезно всем законопослушным менеджерам, специалистам, поставщикам и потребителям вне зависимости от их специализации. Невыгодно оно будет только тем компаниям, которые работают по нелегальным схемам, на условиях определения победителя конкурсов за взятку. К сожалению, такими схемами сегодня пользуются многие компании.

BG: Как российское законодательство регулирует деятельность электронных торговых площадок?

А. С.: В действующем законодательстве РФ по государственным закупкам предусмотрена возможность проведения их в электронном виде, но учтены далеко не все моменты. Недавно правительство приняло постановление, определяющее порядок проведения электронных аукционов и законодательное закрепление номенклатуры товаров и услуг, подпадающих под обязательное размещение на аукционе. Однако проявлять активность на этом рынке государственным заказчикам мешает одно законодательное ограничение — установленная максимальная сумма госзаказа в каждом предложении, выставляемом на торги. Дело в том, что сейчас государственные органы могут выставлять в электронной форме заявки на получение товаров и услуг стоимостью от 500 тыс. до 1 млн рублей. Минэкономразвития России совместно с ФАС России недавно подготовили поправки, по которым к 2010 году это и другие ограничения для участников рынков электронной торговли должны быть сняты.

BG: А какие меры по поддержке электронных торговых систем предлагает РСПП? Ведь именно ваше ведомство активно продвигает идею о необходимости формирования этого рынка в России.

А. С.: Да, сейчас мы готовим негосударственный корпоративный стандарт закупочной деятельности, который будет носить рекомендательный характер. Стандарт детально прописывает технологию проведения в интернете оптовых закупок, аукционов и конкурсов, процедуру принятия решения конкурсной комиссией, порядок участия в конкурсе тех или иных компаний. Мы рассчитываем на то, что наличие открытой и понятной системы организации закупочной деятельности позволит присоединиться к этому стандарту другим компаниям, причем он может быть применен к предприятиям всех отраслей экономики без исключения. Важная особенность корпоративного стандарта состоит в том, что он защищает электронную торговую систему от несанкционированного вмешательства извне, например от самовольного внесения изменений в сроки или в параметры конкурсных предложений — в этом случае система дает тревожный сигнал администраторам. Все это ограничит возможности давления на поставщиков со стороны недобросовестных конкурентов. Наша главная задача в том, чтобы отношения, возникающие при закупке и поставке между участниками электронной системы, были как можно более прозрачными, а торговые процедуры — открытыми и легко контролируемыми. В условиях финансового кризиса обеспечение этих условий просто необходимо.

BG: Пробелы в правовом регулировании — единственная проблема российского рынка электронной B2B-коммерции?

А. С.: Нет, есть и другие проблемы. Во-первых, у нас наблюдается явный недостаток площадок электронной торговли. Во-вторых, отсутствует заинтересованность в них со стороны участников торговой деятельности — как государственных, так и негосударственных структур.

BG: А как можно привлечь их интерес? Что может послужить стимулом для массового выхода российских компаний на электронные торговые площадки?

А. С.: Я считаю, что государство должно подать пример малому и среднему бизнесу, переведя государственные монополии в систему электронной торговли. Например, «Газпром», РЖД, «Росатом» и другие госкорпорации сегодня не зарегистрированы в электронных системах и не участвуют в открытых торгах. Торговый оборот и объем средств в государственных сырьевых компаниях очень высок, и если бы они вели торговлю на электронных площадках, их экономическая политика стала бы более транспарентной и понятной другим игрокам рынка. В этом случае в тендерах крупных государственных компаний могли бы участвовать представители малого и среднего бизнеса, а это помогло бы установить тесные контакты между поставщиками и потребителями разных уровней. Кроме того, я убежден, что в электронной торговой системе должны принимать участие не только сырьевые компании, но и образовательные и здравоохранительные учреждения, которые также вынуждены закупать необходимые для рабочего процесса товары, начиная от простых карандашей и ручек и заканчивая строительными материалами.

BG: Если госкорпорации начнут участвовать в электронных торгах, кто будет контролировать этот процесс? Ведь в этом случае оборот средств на ЭТП вырастет в разы.

А. С.: Я думаю, в этом случае произойдет разграничение сфер влияния. Расходы государственных компаний будет контролировать государство, расходы в корпоративном секторе — частные компании и акционеры.

Интервью взяла АННА ГЕРОЕВА

ОДНИМ ИЗ ПОСЛЕДСТВИЙ СЛУЧИВШЕГОСЯ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА СТАЛО ТО, ЧТО УЧАСТНИКИ ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ ПОТЕРЯЛИ ДОВЕРИЕ ДРУГ К ДРУГУ: НЕКОТОРЫЕ ИГРОКИ РЫНКА ОКАЗАЛИСЬ НЕ В СОСТОЯНИИ ВЫПОЛНИТЬ СВОИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ИЗ-ЗА ОТСУТСТВИЯ ИЛИ НЕХВАТКИ НУЖНЫХ РЕСУРСОВ

ЛИЧНОЕ ДЕЛО

Андрей Геннадьевич Свинаренко родился 24 сентября 1953 года в Москве. Окончил Московский институт народного хозяйства имени Плеханова по специальности «экономист». В 1970-х годах работал в Государственном комитете цен Совмина РСФСР, в 1979–1984 годах — в Министерстве машиностроения для животноводства СССР, в 1984–1991 годах — в Госплане СССР. В 1991 году перешел на работу в Министерство экономики, в 1997-м занял пост первого заместителя министра. В июне 2000 года был назначен первым заместителем министра промышленности, науки и технологий РФ. В 2004-м, после упразднения ведомства в ходе административной реформы, стал заместителем министра образования и науки РФ. Был одним из разработчиков концепции реформирования российской науки, которая предполагала значительное сокращение числа научных организаций и приватизацию НИИ с целью повышения их эффективности. С марта 2007 года занимает должность исполнительного вице-президента Российского союза промышленников и предпринимателей. Параллельно возглавляет Ассоциацию содействия развитию системы конкурсных закупок. Профессор, академик Академии проблем безопасности, обороны и правопорядка.

КОНТРОЛЬНАЯ ЗАКУПКА

ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОСТАЕТСЯ ОДНИМ ИЗ НАИМЕНЕЕ РЕГУЛИРУЕМЫХ НАПРАВЛЕНИЙ БИЗНЕСА. ИЗ-ЗА ОТСУТСТВИЯ ЕДИНОГО ДЛЯ ВСЕХ ПОРЯДКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАКУПОК ПОСТАВЩИКАМ ПРИХОДИТСЯ ПОДСТРАИВАТЬСЯ ПОД КАЖДОГО НОВОГО ЗАКАЗЧИКА. ЧТОБЫ РЕШИТЬ ЭТУ ПРОБЛЕМУ, РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ПРОМЫШЛЕННИКОВ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ (РСПП) ВЗЯЛСЯ ЗА РАЗРАБОТКУ НАЦИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОСОБОЕ МЕСТО В КОТОРОМ ОТВЕДЕНО ЭЛЕКТРОННЫМ ТОРГОВЫМ ПЛОЩАДКАМ. АЛЕКСЕЙ ЛОССАН

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ В государственном секторе сейчас регулируется только размещение заказа, однако ни предыдущие, ни последующие стадии закупки никак не регламентированы. В корпоративном секторе еще сложнее: каждая компания вольна проводить закупки как угодно. Это не позволяет поставщикам работать в равных условиях, а заказчику — определить четкие правила работы, которые он мог бы легко объяснить своим сотрудникам.

Инициатива разработки национального стандарта закупочной деятельности исходила от РСПП, а в качестве основных разработчиков выступили Центр развития экономики, ГК «Энергосервис» и Институт государственных закупок ГУ ВШЭ. По мнению авторов проекта, необходимость в разработке такого стандарта назрела давно. «Сегодня мы видим, что в компаниях, которые работают на рынке, имеются различные — и структурно, и по документам — системы закупочной деятельности,— объясняет директор департамента экономической политики и конкурентоспособности РСПП Мария Глухова.— Тем, кто участвует в этом бизнес-процессе, приходится каждый раз перестраиваться, что создает неудобства. Именно поэтому понадобилось стандартизировать систему закупок. Теперь, если вы захотите ввести или поменять у себя на предприятии систему закупочной деятельности, можно не придумывать что-то свое, а взять уже готовый стандарт и присоединиться к нему». При этом РСПП готов предложить стандарты, связанные непосредственно с проведением закупок, а также стандарты управленческие — по организации управления этим процессом. По словам Марии Глуховой, введение такого стандарта позволит компаниям «жить по единым разумным правилам, которые сформулированы исходя из имеющихся положительных практик и будут выгодны и тем, кто поставляет, и тем, кто покупает».

Стандарт закупочной деятельности должен быть единым и для государственного, и для частного сектора. «Игроки среднего уровня в вопросе управления покупками могут действовать по наитию, но крупные холдинги так поступать не могут. Они должны четко организовать свою систему закупок. Например, РАО ЕЭС нужна была уверенность в надежности поставок линий электропередачи»,— говорит заместитель гендиректора компании «Энергосервис» Георгий Сухадольский.

По словам Ирины Кузнецовой, директора Института управления закупками и продажами Высшей школы экономики, в госсекторе стандарта закупочной деятельности как такового не существует. Большинство закупщиков строит свою работу на принципе доверия, а не на независимых оценках. Из-за отсутствия единого стандарта фактически нет и единой отчетности — в результате закупочный персонал не может отчитаться о своей работе начальнику. «Если приходит новый чиновник, он меняет всю команду, потому что никто не знает, как работает закупочный персонал. Необходимо проработать систему закупок от момента появления потребностей до того, как будет принято решение о закупочной деятельности,— говорит Ирина Кузнецова.— Пока федеральное законодательство определяет только вопрос размещения заказа, а не его формирование и не его исполнение». Введение единого стандарта позволит установить контроль и над закупщиками.

СТАНДАРТНЫЕ ПРОЦЕДУРЫ Разрабатываемый стандарт закупочной деятельности описывает последовательно весь процесс, начиная с самого первого этапа — планирования закупки. «Вначале нужно определиться, что компания хочет купить — Mercedes или „Запорожец“». Затем она должна изучить рынок, сделать анализ того, что он может ей предложить, конкурентный он или нет, после чего можно запускать переговорный процесс,— рассказывает Георгий Сухадольский.— Если рынок конкурсный, то необходимо выработать конкурсные требования к компаниям-участникам и их товарам, а также определить, по каким параметрам выбирать победителей». Эти требования и параметры зависят от специфики рынка — вряд ли они будут одинаковыми, скажем, в топливной энергетике и строительстве. Кроме проекта договора нужно подготовить техническое задание для контрагента, четко сформулировав, какую продукцию компания хочет купить, в каком количестве и какими дополнительными качествами она должна обладать. «После заключения договора наступает стадия исполнения контракта, на которой нужно отсеивать ненадежных поставщиков, чтобы один и тот же поставщик не выигрывал конкурс и не срывал потом поставки»,— объясняет Георгий Сухадольский. Таким образом, стандарт описывает весь цикл, связанный с закупочной деятельностью, и регламентирует отношения поставщика с заказчиком. В нем содержатся также требования, связанные с управленческой частью — организацией работы штатных сотрудников, управленческих кадров, обеспечением нормального документооборота и т. п.

Особое место в проекте стандарта отводится организации электронной закупочной деятельности и функционированию электронных торговых площадок. «В России действует около десятка хороших модельных решений, по которым работают электронные площадки. И у каждого из этих решений есть свои дополнительные варианты»,— говорит Ирина Кузнецова. Каждый заказчик может создать свою электронную площадку или арендовать закупочное место на уже существующей. В госсекторе таких площадок не очень много, тогда как в корпоративном свои ЭТП есть практически у всех крупных корпораций.

«В России из-за огромной территории и разницы между часовыми поясами оперативный контакт между поставщиком и потребителем возможен только с помощью интернета. Однако в любом случае электронные торговые площадки — это не панацея и электронный заказ не заменит полностью обычные закупки, потому что есть товары, которые нужно вначале увидеть, чтобы не купить кота в мешке»,— уверена Ирина Кузнецова.

С этим согласны и другие опрошенные BG эксперты. «Электронизация торговых площадок является основным вектором развития торговли в мире. Например, это может быть автоматизация взаимодействия с контрагентами. Если компания задумывается о совершенствовании своей системы закупок, если она будет рассматривать свои стандарты в рамках единого стандарта, она не сможет обойтись без электронизации. Однако электронизация не является целью, ради которой создается вся система, а скорее выступает в качестве ее необходимого элемента»,— говорит Георгий Сухадольский.

НЕНАВЯЗЧИВЫЙ ЭТАЛОН Одно из достоинств нового стандарта заключается в том, что компании будут присоединяться к нему не в обязательном порядке, а добровольно. По мнению участников рынка, это очень удобно: если у компании нет своего стандарта или он по какой-то причине оказался неэффективным, она может в любой момент воспользоваться уже готовой схемой организации закупочного процесса. «В коммерческих структурах законодательно урегулировать правила работы нельзя, потому что коммерческая структура сама решает, что и как ей делать. Но мы можем предложить им не тратить средства на разработку таких систем, на отработку технологического процесса, а взять на вооружение уже готовый положительный опыт»,— говорит Мария Глухова. Пока РСПП планирует продвигать стандарт исключительно среди своих членов. «Никто не собирается этот стандарт навязывать, но если большинство членов союза присоединится к нему, остальным, я думаю, придется поступить так же. Это нужно для того, чтобы упорядочить работу всех участников бизнес-процесса»,— объясняет Мария Глухова.

Однако уже сейчас понятно, что далеко не все компании согласятся стандартизировать принципы своей работы в соответствии с шаблоном, поскольку могут воспринять его как инструмент для вытеснения их с рынка. «Мы хотим этот минус нивелировать, предложив людям самим поучаствовать в разработке аналогичных стандартов. Если они будут готовы предложить РСПП свою положительную практику, мы, в свою очередь, учтем их пожелания и внесем соответствующие изменения в стандарт»,— уверяет Мария Глухова.

Об этом же говорит и Георгий Сухадольский: «Мы не можем коммерческим структурам навязать какие-то дополнительные правила — они должны принять их самостоятельно. Стандарт закупочной деятельности можно воспринимать скорее как эталон. Более того, пока еще нет итогового документа — есть только общее понимание того, как надо организовать процесс закупочной деятельности». Дальнейшие перспективы стандарта зависят от того, насколько его итоговая «бумажная» версия окажется применима на практике. «Например, РАО ЕЭС разработало собственную систему закупок, и многие компании начали использовать ее систему — кто-то ее перерабатывал, но за основу они взяли именно эту практику»,— напоминает эксперт.

Разработчики стандарта надеются, что если их проект окажется востребован бизнес-сообществом, именно он и будет в дальнейшем диктовать правила игры на рынке. Однако вопрос о том, будет ли стандарт обязателен для соблюдения госкомпаниями, остается открытым: нет гарантий того, что государство прислушается к рекомендациям РСПП. «Если все бизнес-сообщество начнет работать по определенным удобным для него правилам, государство должно будет прислушаться к его мнению»,— считает Мария Глухова. Не ясно также, каким образом компаниям будут передаваться права на использование стандарта закупочной деятельности — бесплатно или на основе регулярных денежных отчислений. Все эти детали ведомству еще предстоит доработать. В любом случае говорить о том, как отразится введение стандарта на развитии отечественного рынка закупок, пока рано: РСПП представит свой проект только в начале декабря, в рамках международного форума участников электронной B2B-торговли. ■

АЛЕКСАНДР МИРИДОНОВ

ИНИЦИАТИВА РАЗРАБОТКИ НАЦИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИСХОДИЛА ОТ РСПП

КОМПАНИИ БУДУТ ПРИСОЕДИНЯТЬСЯ К СТАНДАРТУ ДОБРОВОЛЬНО. ОДНАКО УЖЕ СЕЙЧАС ПОНЯТНО, ЧТО ДАЛЕКО НЕ ВСЕ СОГЛАСЯТСЯ СТАНДАРТИЗИРОВАТЬ ПРИНЦИПЫ СВОЕЙ РАБОТЫ В СООТВЕТСТВИИ С ШАБЛОНОМ, ПОСКОЛЬКУ МОГУТ ВОСПРИНЯТЬ ЕГО КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ВЫТЕСНЕНИЯ ИХ С РЫНКА

СИСТЕМА ДОСТУПА

ПАРАЛЛЕЛЬНО С B2B-СЕКТОРОМ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮТСЯ B2G-ПЛОЩАДКИ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫЕ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ИЛИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ЗАКАЗА, А ТАКЖЕ ПОИСКА ЕГО ИСПОЛНИТЕЛЕЙ. ОДНАКО ПОКА БОЛЬШИНСТВО УЧАСТНИКОВ B2G-ТОРГОВ СКОНЦЕНТРИРОВАНО В ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЧАСТИ СТРАНЫ: НИЗКИЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА В РЕГИОНАХ И ОТСУТСТВИЕ ЕДИНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ СИСТЕМЫ ОГРАНИЧИВАЮТ ДОСТУП МЕЛКИХ ПОСТАВЩИКОВ К ГОСЗАКАЗЧИКАМ. ТАТЬЯНА КОМАРОВА

ПО ЗАКАЗУ ГОСУДАРСТВА По данным Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ), оборот B2G-рынка (business-to-government — «бизнес — правительству») вырос в 2007 году на 22% по сравнению с 2006-м, составив почти $2,5 млрд. К 2010 году рынок может прирасти еще на 100%, а его объем в денежном выражении может составить до $4,6 млрд.

О необходимости создания в России электронной системы госзакупок впервые заговорили в 2002 году, когда была принята федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)». В рамках этой программы три министерства — Минпромнауки, Минэкономразвития и Минсвязи — объявили конкурсы на проведение работ по тематике электронных госзакупок. Конкурс Минпромнауки выиграли три организации — Институт макроэкономических исследований Минэкономразвития, ВНИИ межотраслевой информации и Институт прикладной математики РАН, которые создали проект электронной системы goszakupki.ru.

Минэкономразвития объявило два конкурса. Первый — по обслуживанию государственных закупок федерального уровня — выиграла фирма «Компьюлинк». Разработанный ею портал zakupki.gov.ru специальным распоряжением правительства был объявлен официальным сайтом для размещения информации о госзаказах. Второй конкурс Минэкономразвития — по обслуживанию региональных госзакупок — выиграла фирма «Парус». Победителями конкурса, объявленного Минсвязи, стали компания «Когнитивные технологии» и Институт системного анализа РАН.

Как таковой рынок электронного госзаказа начал складываться в 2005 году после принятия федерального закона «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд». 20 апреля 2007 года в него были внесены поправки, которые сделали возможным для государственных и муниципальных органов использование электронных торгов. Была четко регламентирована процедура проведения аукционов и запроса котировок на открытых площадках. Этот закон заработал, но его несовершенства еще предстоит устранять. Как показывает мировая законодательная практика, этот процесс может занять не один год — так, в Германии приведение законодательства в соответствие с реалиями рынка электронной торговли заняло в общей сложности пять лет.

С тех пор очень многие государственные и муниципальные органы перешли на хотя бы частичную реализацию госзаказа с помощью электронных систем как на федеральном (например, с помощью электронных систем закупается управление делами президента РФ), так и на региональном уровне. Московское правительство активно пользуется электронными системами и в ближайшие годы планирует перевести в электронную форму около 15% своих закупок. Не так давно пользователем электронных систем стала и российская армия.

ВВЕДЕНИЕ ЕДИНОЙ СИСТЕМЫ ГОСЗАКАЗА БУДЕТ КРАЙНЕ ПОЛЕЗНО ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА, СУБЪЕКТЫ КОТОРОГО СМОГУТ ПОЛУЧИТЬ ДОСТУП К ГОСУДАРСТВЕННЫМ ЗАКАЗЧИКАМ НАРАВНЕ С КОМПАНИЯМИ, ЗАНИМАЮЩИМИ ДОМИНИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ

«В прошлом году мы в порядке эксперимента провели несколько процедур размещения заказов на электронных торгах. Мы размещали продовольствие, медицинские и лекарственные средства и вещевое имущество,— рассказывает Андрей Подопригорин, начальник организационно-планового управления центра заказов и поставок материальных и технических средств тыла вооруженных сил РФ.— Надо признать, что использование электронных торгов обеспечило существенное сокращение времени. Работу над электронными системами мы пока на этом ограничили, но это связано не с нашим нежеланием, а с тем, что есть определенные финансовые проблемы. Сейчас мы решаем вопрос о выделении нам необходимых средств и на следующий год планируем купить и установить электронный продукт, с помощью которого сможем проводить торги в том числе и в электронной форме».

«Мы используем электронные торги со второго квартала этого года. Заказываем абсолютно все: товары, работы, услуги. Всего мы провели 163 электронных аукциона на площадках B2G»,— делится опытом Юрий Пархоменко, начальник отдела по размещению муниципального заказа администрации города Мурманска. По его словам, электронные аукционы имеют массу преимуществ перед обычными открытыми аукционами: здесь быстрее проходит сама процедура, нет необходимости созывать аукционную или котировочную комиссию, обеспечивается абсолютная прозрачность проведения торгов, поскольку любой участник торгов, в каком бы уголке страны он ни находился, может наблюдать за ходом аукциона в режиме реального времени.

Использование сети интернет позволяет привлечь к участию в государственных закупках самый широкий круг поставщиков, повысить эффективность и надежность всех этапов проведения конкурса. В частности, они позволяют существенно удешевить, ускорить и упростить процедуры получения конкурсной документации, подачи и приема заявок на участие в конкурсе, передачи уточняющих вопросов в адрес конкурсной комиссии и рассылки ответов на них. По подсчетам НАУЭТ, использование электронной формы торгов может снизить расходы на организацию закупок на 10–15%. Конкурсная комиссия получает в свое распоряжение удобные средства систематизации и сравнения полученных заявок, в результате процедура конкурсного отбора становится более четкой и строгой.

Кроме того, проведение электронных торгов является эффективной антикоррупционной мерой, поскольку они по определению исключают возможность личных контактов между участниками. «Я считаю, что за электронными торгами будущее, потому что они обеспечивают открытость процедуры и экономию бюджетных средств. Кроме того, это способ противодействия коррупции,— уверен Юрий Пархоменко».

РОСТ С ПРЕПЯТСТВИЯМИ Правда, есть немало факторов, которые сдерживают рост отечественного рынка электронных госзакупок. Речь идет прежде всего о низком уровне проникновения интернета в России. По данным Фонда общественного мнения, в мае 2008 года интернетом пользовалось только около 32,7 млн человек, причем треть из них — жители Центрального федерального округа. Это значительно ограничивает возможности поставщиков по выполнению государственных заказов. «Дело в том, что у нас поставщики продовольствия, вещевого имущества не являются продвинутыми интернет-пользователями. Они зачастую находятся в небольших городах, где в техническом плане еще середина XX века и не все имеют возможность пользоваться интернетом. Поэтому, чтобы сохранить свою аудиторию и резко не сузить круг участников заказа, мы вынуждены работать еще и по старинке,— сетует Юрий Подопригорин.— Если бы мы резко перешли на электронные системы, сразу возникли бы проблемы с размещением заказов и сократилось количество поставщиков. Особенно таких категорий товаров, как овощи: их поставляют колхозы, сельские предприятия, у которых нет доступа в интернет, а значит, и возможности переходить на электронные торги».

Недостаточный и неравномерный уровень интернетизации затрудняет обеспечение одного из главных преимуществ B2G-систем — равных для всех желающих условий участия в конкурсе. «У небольших муниципальных образований доступ в интернет либо ограничен, либо отсутствует вообще. Некоторые наши поставщики сообщали, что выходят в интернет по телефонной линии, поэтому они не могут работать на торгах так же быстро, как их конкуренты. Но в целом это личная проблема поставщиков, которая не касается ни заказчиков, ни владельцев электронной площадки»,— добавляет господин Пархоменко.

Помимо низкого уровня интернетизации регионов есть и другая не менее существенная проблема: закон, регулирующий проведение госзакупок через электронные системы, устанавливает ограничение на сумму каждого лота в 1 млн рублей. «Контрактов на сумму меньше 1 млн у нас очень мало — для нас это копеечные лоты. Если бы законодатели увеличили эту сумму, можно было использовать электронные торги более активно и даже полностью на них перейти»,— полагает Андрей Подопригорин. Схожего мнения придерживается и Юрий Пархоменко: «Процедур, которые мы могли бы осуществлять через интернет, достаточно много, но планка в 1 млн рублей для нас слишком низкая. Наиболее оптимальной суммой такого ограничения было бы около 10 млн — тогда муниципальные заказчики могли бы до 85–90% закупок осуществлять посредством проведения электронных торгов».

Открытым остается и вопрос об электронной цифровой подписи: Министерство обороны до сих пор не регламентировало ее использование своими подразделениями.

Однако, по мнению опрошенных BG экспертов, решение всех этих проблем не даст желаемого эффекта до тех пор, пока в стране не будет создана единая электронная система госзакупок. Сейчас в рунете действует несколько автономных электронных площадок, предполагающих различные процедуры регистрации и проведения торгов. О необходимости объединения их в одну большую электронную систему говорят не только заинтересованные участники рынка, но и представители федеральных органов власти. Так, в одном из своих выступлений руководитель Федеральной антимонопольной службы России Игорь Артемьев заявил о том, что у России есть шанс стать первой страной в мире, в которой появится подобная система.

По планам господина Артемьева через единый портал в интернете информация о госзакупках станет доступной всем желающим. С введением единой системы госзаказа любой предприниматель из любого региона страны сможет принять участие в электронных торгах на специализированных электронных площадках. Это позволит повысить конкуренцию, а значит, качество предложения, и обеспечит значительную экономию средств из бюджетов всех уровней. Подобный портал будет крайне полезен и для малого бизнеса, субъекты которого смогут получить доступ к государственным заказчикам наравне с компаниями, занимающими доминирующее положение на рынке. ■

AFP

МНОГИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОРГАНЫ ПЕРЕШЛИ НА ХОТЯ БЫ ЧАСТИЧНУЮ РЕАЛИЗАЦИЮ ГОСЗАКАЗА С ПОМОЩЬЮ ЭЛЕКТРОННЫХ СИСТЕМ

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ
ГАЗЕТЫ

Коммерсантъ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА
СМЕЖНИКИ
ИНВЕСТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС

BUSINESS GUIDE

РСПП

ЦРЭ

www.b2b-center.ru

Форум·B2B 2008

ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ УЧАСТНИКОВ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ: «B2B – ЗАДАЧИ, РЕШЕНИЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ»

Бизнес для бизнеса

Цели и задачи форума:

- *поиск способов повышения ликвидности и оптимизации издержек компаний в условиях кризиса*
- *презентация проекта снижения расходования бюджетных средств в системе государственных закупок*
- *развитие систем электронной торговли как основного инструмента реализации «национального плана» по борьбе с коррупцией*
- *создание национального стандарта закупочной деятельности*
- *создание конкурентной среды в системе b2b-center*
- *создание единого рынка инноваций*
- *совершенствование законодательства в области государственного заказа и корпоративных закупок.*

В форуме примут участие представители федеральных и региональных органов власти, руководители российских и иностранных компаний, международных организаций, представители отраслевых союзов и ассоциаций.

В рамках форума будут работать три круглых стола:

- *Размещение государственных и муниципальных заказов в интернете*
- *Регламентация закупок в корпоративном секторе экономики. Национальный стандарт закупочной деятельности*
- *Формирование рынка инноваций на основе электронных торговых систем.*

9 декабря 2008 года
Колонный зал Дома Союзов
Москва, Большая Дмитровка, 1

Реклама