

# ШКОЛА ПОСТАВЩИКОВ: СТРАТЕГИЯ РАБОТЫ НА ЭТП

Электронные торговые площадки могут стать эффективным каналом сбыта для поставщиков. Важно выбрать соответствующую стратегию, учтя затраты, без которых при работе с электронными торговыми площадками поставщику не обойтись.



**ЮРОВ**  
Сергей Викторович,

директор департамента специальных проектов компании «Форсофт» (iTender)

**В** России работает более сотни электронных торговых площадок, в том числе монобрендовые/корпоративные ЭТП, где организатором торгов является единственный заказчик (ЭТП УГМК, ЭТП Мосводоканала, ЭТП РТРС, ЭТП МТК и т.д.) и мультибрендовые/сторонние/внешние ЭТП, где закупочные процедуры могут проводить разные компании-заказчики (Фабрикант, Тендер.про, B2B-center и т.д.).

К мультибрендовым электронным торговым площадкам также относится пять федеральных ЭТП, где с 1 января 2011 г. электронные аукционы проводят государственные заказчики, закупочная деятельность которых ранее регулировалась 94-ФЗ, а сегодня — Федеральным законом № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Заказы компаний, закупочная деятельность которых регламентируется Федеральным законом № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», можно найти на всех типах электронных торговых площадок.

## КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАТРАТ

Затраты поставщиков на электронных торговых площадках в целом зависят от объемов и качества проводимых на ЭТП закупочных процедур, а также условий электронных торговых площадок и организаторов торгов и включают:

### Стоимость входа:

- затраты на регистрацию/аккредитацию на ЭТП (подготовка пакета документов, получение электронной подписи и т.д.)
- трудозатраты на получение информации с ЭТП и размещение информации на ЭТП
- плата за подключение (только на мультибрендовых ЭТП)

### Стоимость участия

- абонентская плата или комиссионные вознаграждения (только на мультибрендовых ЭТП)
- трудозатраты на подготовку предложений
- внесение обеспечения
- трудозатраты на получение информации с ЭТП и размещение информации на ЭТП





Под стоимостью входа подразумевается совокупность ресурсов, которые поставщику необходимо вложить, чтобы начать взаимодействие с потенциальными заказчиками их продукции (товаров, работ или услуг) на тех или иных ЭТП.

#### ПАКЕТ ДОКУМЕНТОВ

В стоимость входа поставщику следует включить прохождение процедуры регистрации (аккредитации) на ЭТП, в рамках которой поставщики совершают схожую для всех электронных торговых площадок последовательность действий. В частности, при регистрации нового пользователя операторы ЭТП требуют от него соответствующий пакет документов. В зависимости от политики ЭТП содержимое пакета документов может отличаться.

В качестве примера приведен перечень документов, требуемых от юридического лица (потенциального участника торгов) при регистрации на одной из торговых площадок:

- 1) копия выписки из ЕГРЮЛ, выданная не ранее, чем за полгода
- 2) копия учредительных документов
- 3) копии документов, подтверждающих полномочия лица на получение аккредитации. Если заявку на аккредитацию подает иное лицо, предоставляется действительная доверенность от генерального директора, составленная в соответствии с требованиями ч. 1 ст. 186 ГК РФ

- 4) доверенность на осуществление действий на площадке от имени участника закупки, которая действительна, составлена в соответствии с требованиями ч. 1 ст. 186 ГК РФ
- 5) копии документов, подтверждающих полномочия руководителя
- 6) решение об одобрении или о совершении по результатам электронных аукционов сделок от имени участника закупки.

#### ЭЛЕКТРОННАЯ ПОДПИСЬ

В стоимость входа на ЭТП поставщик также должен включить приобретение соответствующей требованиям площадки электронной подписи. Сегодня многие электронные площадки принимают любые сертификаты квалифицированной усиленной электронной подписи. Следовательно, на таких ЭТП поставщик может пользоваться одним сертификатом ЭП (если политикой компании-заказчика не установлено иное правило). Есть электронные торговые площадки, которые устанавливают дополнительные требования к сертификатам ЭП. В этом случае затраты поставщика на ЭП могут вырасти кратно количеству таких площадок.

#### Практикум

- Узнать, какие сертификаты электронной подписи принимаются, можно в процессе регистрации на ЭТП, а также обратившись в службы

технической поддержки площадок, некоторые из которых работают круглосуточно.

#### ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ИНТЕРФЕЙС

На стоимость входа, как и на стоимость участия в электронных процедурах, влияет удобство пользования ЭТП, то есть качество пользовательского интерфейса. Пользовательский интерфейс представляет совокупность средств и методов, при помощи которых пользователь взаимодействует с ЭТП. Удобный интерфейс позволяет существенно снижать трудозатраты на получение информации с ЭТП и размещение информации на ЭТП за счет эргономизации и автоматизации рутинных операций, обычно выполняемых пользователем. Работает принцип: чем удобнее ЭТП в использовании, тем меньше времени, а значит, ресурсов, поставщик будет тратить.

Следует учитывать, что не все системы ЭТП имеют различный интерфейс. Многие из них построены на основе типовых профессиональных платформ и требуют от пользователя сходных навыков. Количество применяемых типовых профессиональных платформ ограничено и де-факто в России не превышает пяти. Одна из таких платформ (iTender) была подробно рассмотрена в предыдущем номере журнала<sup>1</sup>.

#### Практикум

- Узнать, на какой платформе разработана площадка, как правило, можно по ссылке, размещенной в нижней части веб-страницы сайта ЭТП.
- Есть площадки, которые предлагают своим пользователям пройти обучение работе в своих системах, в том числе бесплатное. Тем не менее это не избавляет поставщика от затрат: время специалистов на обучение все равно расходуется.

#### ТРУДОЗАТРАТЫ НА ПОДГОТОВКУ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Сегодня электронные торговые площадки предлагают десятки возможных процедур проведения торгов, являющиеся разновидностями аукционов, конкурсов и запросов коммерческой информации. Общий принцип: чем сложнее процедура, тем выше трудозатраты на подготовку предложений, а значит, и стоимость участия в электронных торгах.

Конкурсы, запросы предложений, многоэтапные процедуры являются для поставщика наиболее затратными. Например, участие в конкурсе потребует длительной подготовительной работы на изучение критериев оценки, представленных

в конкурсной документации заказчика, и подготовке конкурентных коммерческих предложений.

Запросы предложений могут быть предпочтительны для поставщиков, так как организатор торгов может выбрать поставщика, который по формальным критериям проиграл своим конкурентам. Но и здесь есть риск неоправданных затрат, если цель заказчика выбрать своего поставщика, а не извлечь максимальную выгоду от сделки.

Рамочное соглашение, предполагающее, что поставщик в течение определенного периода будет обеспечен заказом, также может потребовать от поставщика определенных усилий. Оно может содержать множество вопросов, требующих доказать квалификацию поставщика, в числе которых может быть запрос нетипичной для большинства процедур информации, например, сведения о предыдущих контрактах, финансовом состоянии и производственных мощностях.

Аукцион и запрос цен относятся к наименее трудозатратным процедурам (поставщик отправляет заявку, торгуется до определенного уровня, ждет результата торгов). В аукционе есть и существенный минус, связанный с тем, что здесь единственным критерием отбора поставщиков является цена, которая в результате торгов может значительно снизиться.

#### Практикум

- Принимая решение об участии в аукционе, поставщикам рекомендуется критически взглянуть на начальную цену контракта и, если возможно, то проанализировать состав участников торгов. Иначе, зачем поставщику участвовать в торгах, победив в которых он может заключить заведомо невыгодную сделку.
- К торгам посредством доторжек и переторжек поставщикам следует относиться осторожно. Цель таких процедур — максимальное снижение цены, желание «дожать» поставщика.
- Поставщик может отстаивать свои права. Данная рекомендация может быть актуальна, например, в случае, когда для заказчика проведение конкурентных торгов является лишь формой заключения сделки и конкурсная документация готовится под конкретного поставщика. Каждый случай возможного нарушения конкуренции может стать предметом рассмотрения надзорными органами.

#### ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Практика взимания с участников торгов обеспечения (обеспечение участия в торгах и обеспечение исполнения контракта) в России широко распространена. Считаем затраты: для внесения обеспечения участия в торгах поставщику нужно,

<sup>1</sup> Кабеткин Д.Ю. Электронная торговая площадка. Пошаговая инструкция, // Госзаказ / № 40/ С. 118–125.

во-первых, изъять некую сумму из своего оборота, а во-вторых, потратить определенное количество трудовых ресурсов, например, на перечисление денег или оформление банковской гарантии. Обеспечение исполнения контракта для поставщика — еще более затратная статья. Предоставление обеспечения исполнения крупного контракта замораживает часть оборотного капитала поставщика и может нанести ущерб его бизнесу.

#### Практикум

- Участвуя в торгах с обеспечением, поставщику рекомендуется включать в стоимость контракта доходность по замороженным средствам, равную или превышающую рентабельность капитала.

#### ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ НА МУЛЬТИБРЕНДОВЫХ ЭТП (КОММЕРЧЕСКИЙ СЕКТОР)

Одним из преимуществ мультибрендовых электронных торговых площадок для поставщиков является возможность участия в закупочных процедурах большого числа заказчиков. Вместе с тем высокая стоимость входа и участия в торгах повышает риски неоправданных затрат. В большинстве случаев поставщикам придется вносить абонентскую плату. Например, согласно тарифам, представленным на одной из ЭТП, за возможность три месяца участвовать в неограниченном числе торгов одного заказчика поставщик платит 9 тыс. рублей. Для поставщиков, работающих с неограниченным числом заказчиков постоянно, абонентская плата за квартал составит 27 тыс. руб. При этом плата за подключение к данному тарифу составит около 50 тыс. рублей.

#### Практикум

- Привлекательными для поставщиков могут стать специальные предложения ЭТП, например, возможность бесплатно поучаствовать в торгах определенных компаний.
- На ЭТП поставщик может быть не только участником, но и организатором торгов. Поставщики уникальных товаров, например, произведений искусства, могут реализовать свою продукцию с помощью публичного предложения или аукциона на повышение.

#### ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ НА МУЛЬТИБРЕНДОВЫХ ЭТП (ГОСЗАКАЗ)

Участие в торгах госзаказчиков на пяти федеральных электронных торговых площадках имеет для поставщиков некоторую специфику. Преимуществом ЭТП, где торги проводят госзаказчики, мо-

жет стать отсутствие абонентской платы. Речь идет о комиссионном вознаграждении в размере фиксированного процента от сделки. При этом следует учитывать, что госзаказчики, согласно закону, обязаны потребовать от каждого потенциального поставщика обеспечения участия в торгах, а затем и обеспечение исполнения договора.

#### Практикум

- Участвуя в закупке госкомпании, поставщик должен быть уверен в своих возможностях выполнить все обязательства по потенциальному договору. В случае если договор будет заключен, а поставщик не сможет выполнить свои обязательства, то такому поставщику может грозить не только внесение в реестр недобросовестных поставщиков с невозможностью дальнейшего участия в закупках госсектора как минимум на один год, но и уголовная ответственность.

#### ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ НА МОНОБРЕНДОВЫХ ЭТП

Относительно низкие стоимость входа на ЭТП и стоимость участия в электронных закупочных процедурах заказчиков является одним из существенных преимуществ монобрендовых/ корпоративных ЭТП. В частности, на данном типе торговых площадок поставщики не вносят абонентскую плату или комиссионные вознаграждения. К недостаткам монобрендовых площадок можно отнести возможность получения только одного клиента, который, впрочем, может стать для поставщика ключевым.

#### Практикум

- Задав в поисковой строке интернет-браузера сочетание «электронная торговая площадка/ ЭТП + название интересующей компании-заказчика», например, «ЭТП Мосводоканала» можно найти сайт соответствующей ЭТП. Если, конечно, уданного заказчика электронная площадка имеется.

#### СТРАТЕГИЯ ПОСТАВЩИКА

Получив представление о ресурсах, которые потребуются поставщику для взаимодействия с потенциальными заказчиками на электронных торговых площадках (мультибрендовые и монобрендовые ЭТП), можно приступить к формированию пула ЭТП.

Примерный план формирования ЭТП-пула включает следующие шаги:

1. Предварительный отбор ЭТП
2. Регистрация на ЭТП (аккредитация)
3. Изучение пользовательского интерфейса

4. Участие в нескольких торгах или запросах коммерческой информации
5. Анализ эффективности ЭТП

На предварительный отбор существенное влияние может оказать наличие на ЭТП интересующих поставщика заказчиков. Оценивать потенциального покупателя, организующего свои торги в электронной форме, следует комплексно. Для этого рекомендуется изучить историю данного заказчика, проанализировав результаты состоявшихся по его инициативе торгов, движение победителей в интересующей товарной группе, применяемые закупочные процедуры, практику изъятия обеспечения участия в торгах и обеспечения исполнения договоров. Кроме того, желательно ознакомиться с положением о закупках заказчика, его планом закупок, историей судебных разбирательств, где истцом или ответчиком выступал тот или иной заказчик. Все это поможет поставщику ответить на вопросы о перспективах дальнейшего сотрудничества.

#### Практикум

- Если в числе постоянных победителей торгов на ЭТП числятся три поставщика, которые побеждают поочередно, то поставщику стоит задуматься, сможет ли он конкурировать с ними на равных и стать четвертым. Если в числе победителей, как правило, единственный постав-

щик, то шансы очевидно минимальны. Когда же круг поставщиков широк, поучаствовать в торгах можно, но в цене сильно не падать.

Анализ эффективности работы поставщика на ЭТП проводится с учетом следующих показателей:

- продано
- уровень падения цены
- затрачено
- стоимость одного клиента
- приобретенные постоянные клиенты

Таким образом, поставщик сможет составить пул электронных торговых площадок, которые станут для него наиболее эффективными каналами продаж, то есть не только компенсируют поставщику затраты на участие в торгах, но и позволят достичь высоких коммерческих результатов.

#### ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Конечно, поставщик может рассчитывать на удачу при работе с электронными торговыми площадками, и все-таки, желая получить гарантированный результат, целесообразнее провести соответствующую подготовку, изучая условия ЭТП, оценивая объемы и качество проводимых торгов, выявляя интересных клиентов, учитывая позиции поставщиков-конкурентов, проводя комплексную оценку эффективности. ■

