



ДОКЛАД
МОНИТОРИНГ ЗАКУПОК
МАЛОГО ОБЪЕМА

2019

Введение

В 2019 году в Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Федеральный закон № 44-ФЗ) были внесены масштабные изменения, затронувшие порядок осуществления закупок малого объема.

Так, в мае 2019 года «порог» осуществления малых закупок был повышен до трехсот тысяч рублей (пункт 4 части 1 статьи 93 Федерального закона № 44-ФЗ), а для отдельных заказчиков, указанных в пункте 5 части 1 статьи 93 Федерального закона № 44-ФЗ, – до шестисот тысяч рублей.

В конце апреля 2020 года разрешено осуществлять малые закупки на сумму до 600 тыс. рублей уже и по пункту 4 части 1 статьи 93 Федерального закона № 44-ФЗ. Увеличился процентный годовой лимит таких закупок: он составил 10% вместо 5% от СГОЗ.

С октября 2020 года порог закупок малого объема по пунктам 4, 5 части 1 статьи 93 Федерального закона № 44-ФЗ (в случае, если закупка осуществляется в электронной форме с использованием электронной площадки) увеличивается до 3 млн рублей, устанавливается унифицированная процедура осуществления таких закупок.

Исходя из совокупности изменений, внесенных в статью 93 Федерального закона № 44-ФЗ, следует, что указанная унифицированная процедура не распространяется на закупки малого объема, осуществляемые на основании пунктов 4, 5 части 1 указанной

статьи на сумму, не превышающую 600 тыс. руб. Порядок осуществления таких закупок остается прежним.

Для заказчиков федерального уровня в 2019 году вступили в силу требования распоряжения Правительства Российской Федерации от 28 апреля 2018 года № 824-р, устанавливающие обязанность использовать Единый агрегатор торговли «Березка» при осуществлении малых закупок.

На уровне субъектов Российской Федерации порядок осуществления малых закупок в электронной форме установлен региональными нормативными правовыми актами, а сами закупки малого объема осуществляются с использованием «электронных магазинов» – автоматизированных информационных систем, предназначенных для автоматизации деятельности поставщиков и заказчиков при осуществлении закупок малого объема либо на основе решений, предлагаемых электронными торговыми площадками. Модели осуществления закупок малого объема в электронной форме на региональном уровне характеризуются значительным разнообразием.

В этой связи становится актуальным вопрос получения обоснованных данных об объеме малых закупок и показателях перевода малых закупок в электронный вид на уровне субъектов Российской Федерации.

В рамках настоящего доклада приведены результаты мониторинга закупок малого объема, а также показатели осуществления таких закупок в электронной форме.

Закупки малого объема (малые закупки) – закупки у единственного поставщика, предусмотренные пунктами 4, 5 части 1 статьи 93 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Согласно Закону о контрактной системе, при условии соблюдения установленных Законом лимитов объемов закупок закупки до шестисот тысяч рублей (пункт 4, 5 части 1 статьи 93 Закона № 44-ФЗ в редакции Федерального закона от 24.04.2020 № 124-ФЗ), заказчики могут осуществлять напрямую, без организации конкурентных процедур закупки.

Авторы доклада выражают глубокую признательность за организационную и информационную поддержку в подготовке доклада начальнику Управления автоматизации закупок и системной интеграции Департамента города Москвы по конкурентной политике Александру В.К., заведующему отделом сопровождения информационных систем и развития ЕАСУЗ Комитета по конкурентной политике Московской области Тарачанову И.А., председателю Комитета государственного заказа Вологодской области Торопову А.А., заместителю министра – начальнику управления государственных закупок министерства конкурентной политики Калужской области Чериканову С.А., заместителю председателя Правительства Самарской области Катиной Н.И., начальнику управления государственных закупок Орловской области Трошину И.Н., директору юридического департамента Электронной торговой площадки РТС-тендер Толкачеву Р.А., директору проектов дирекции SberB2B ЗАО «Сбербанк- АСТ» Даринскому Н.Ю.

Авторы выражают особую благодарность сотрудникам департамента аналитики компании Seldon и лично директору по аналитике компании К.А. Сидорову без поддержки которых настоящий доклад был бы невозможен.

Источники мониторинга

Для определения (установления) объема малых закупок за 2018 год и 1 полугодие 2019 года были проанализированы данные 662 966 планов-графиков, имеющих заполненные поля в разделе «Особые закупки» (запланированные малые закупки), осуществление которых предусматривалось в 2018 и 2019 годах.

Было проведено анкетирование заказчиков из 36 субъектов Российской Федерации, а также представителей компаний – разработчиков программных средств автоматизации малых закупок. Были проанализированы данные о 3 345 866 закупках, осуществляемых на крупнейших агрегаторах и в электронных магазинах малых закупок.

Таблица 1. Источники Мониторинга закупок малого объема (ЗМО)

Источник	Тип сведений	Количественные показатели источника
ЕИС	Сведения об объеме финансового обеспечения запланированных закупок по п. 4-5 ч. 1 ст. 93 44-ФЗ	663 тыс. планов-графиков с заполненными данными по малым закупкам
Анкетирование заказчиков из субъектов РФ	Данные о практике ЗМО в субъектах РФ (объем ЗМО, ЗМО через ЭМ, показатели ЗМО)	Заполненные анкеты от 36 субъектов РФ
Интервьюирование заказчиков и поставщиков	Результаты глубинных интервью с заказчиками и поставщиками	100 проведенных интервью в 10 субъектах РФ
Данные от разработчиков программных средств автоматизации малых закупок	База данных закупок, проводимых по п. 4-5 ч. 1 ст. 93 44-ФЗ за 2018 г. – I полугодие 2019 г., показатели закупок	Более 3 млн закупок малого объема

Объем малых закупок

Объем малых закупок в 2018 году составил 921,4 млрд руб. С учетом суммы всех закупок, размещенных в 2018 году в ЕИС, а также суммы малых закупок, данные о которых в ЕИС не размещаются, доля малых закупок в общей сумме закупок, осуществляемых в рамках Закона о контрактной системе, составила 9,96%.

В I полугодии 2019 года объем малых закупок достиг 561,53 млрд руб., что составило 10,04% от всех закупок.

Количество закупок малого объема в 2018 году составило 23,9 млн закупок, в I полугодии – 13,2 млн закупок.

Средняя стоимость малой закупки выросла с 38 553 руб. в 2018 году до 42 540 руб. в I полугодии 2019 года.

Таблица 2. Объем закупок малого объема

№ п.п.	Показатель	Ед. изм.	2018 год	I пол. 2019 г.
1	Сумма всех закупок (размещенных в ЕИС закупок и закупок малого объема)	млрд руб.	9250,60	5591,90
2	Сумма закупок малого объема	млрд руб.	921,42	561,53
3	Количество закупок малого объема	млн ед.	23,9	13,2
4	Доля закупок малого объема в общей сумме всех закупок	%	9,96	10,04
5	Средняя стоимость закупки малого объема	руб.	38 553	42 540

Объем малых закупок в разрезе уровней публичной власти

В 2018 году 47% всех малых закупок осуществлялось на муниципальном уровне, на региональный уровень пришлось 27%, на федеральный уровень – 26%.

В I полугодии 2019 года на муниципальном уровне закупалось 66% от суммы всех малых закупок, на региональном уровне – 23%, на федеральном – 11%.

Рисунок 1. Доля закупок малого объема в разрезе уровней публичной власти в 2018 году



Рисунок 2. Закупки малого объема в разрезе уровней публичной власти

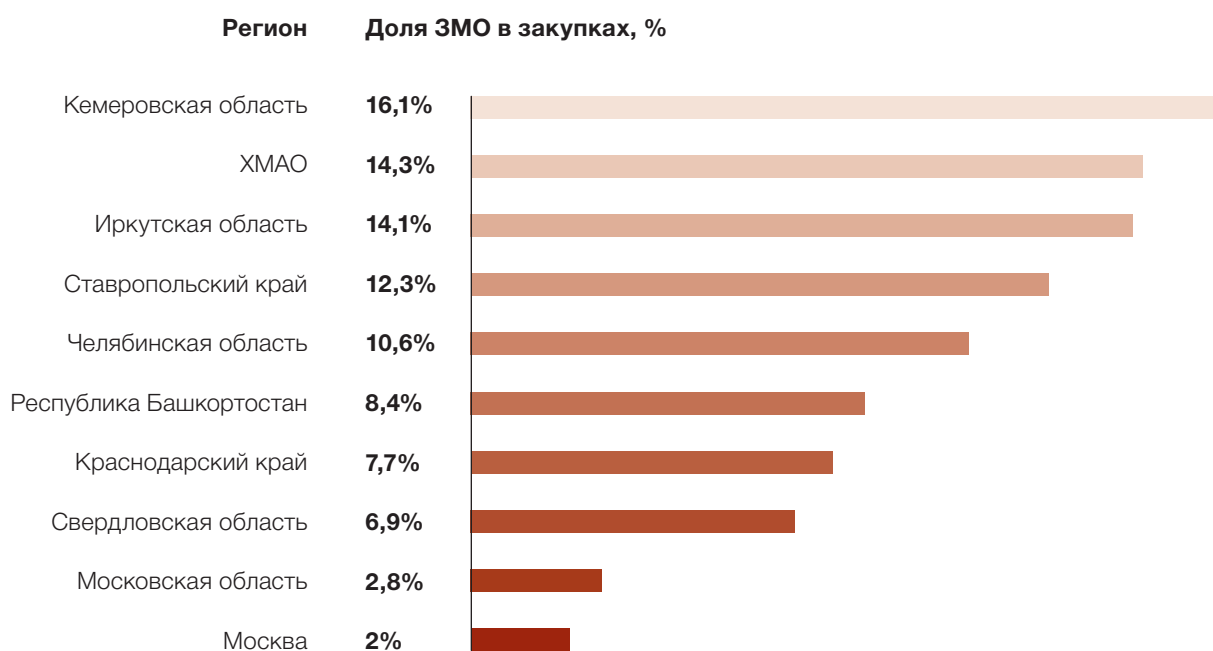
	2018 г.	I полугодие 2019 г.
Муниципальный	435 564 633 674	368 287 587 208
Региональный	250 177 902 756	128 846 876 226
Федеральный	235 672 521 928	64 392 934 751
Всего	921 415 058 358	561 527 398 185

Объем малых закупок в регионах

В разрезе регионов (учитывались закупки малого объема, осуществленные в 2018 году заказчиками муниципального и регионального уровней) лидером по объему малых закупок стала Москва (33,7 млрд руб.), далее следуют Краснодарский край (17,7 млрд руб.) и Ханты-Мансийский автономный округ (14,9 млрд руб.).

Доля малых закупок в общем объеме закупаемых товаров, работ и услуг может отличаться в зависимости от региона. Например, в Москве в 2018 году доля ЗМО в общей сумме размещённых закупок составила 2%, в Краснодарском крае – 7,7%, а в ХМАО – 14,3%.

Рисунок 3. Доля закупок малого объема от общего объема закупок по 44-ФЗ в разрезе субъектов РФ – лидеров по объемам ЗМО в 2018 г.¹



¹ В разрезе данных о размещенных в ЕИС закупках товаров, работ, услуг по региональному признаку.

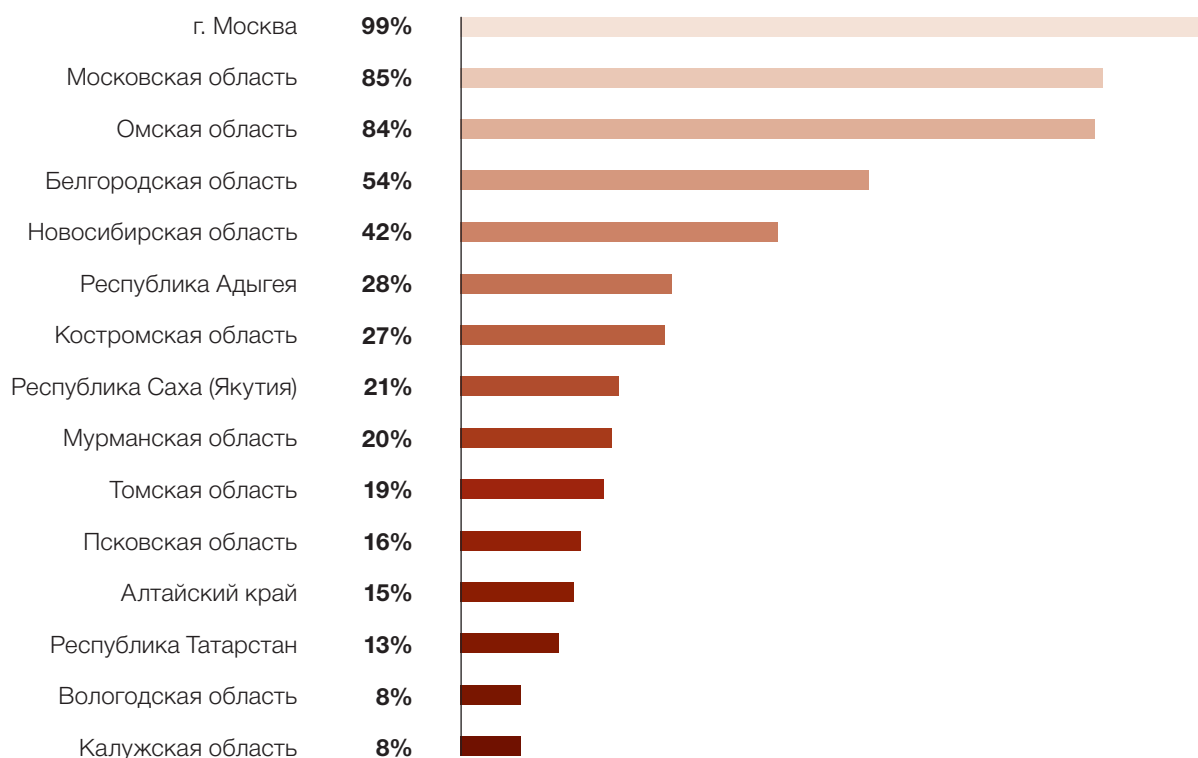
Заголовок: Объем малых закупок в электронной форме

Уровень цифровизации закупок малого объема в регионах в большей степени зависит от длительности практики проведения малых закупок в электронной форме.

В большинстве субъектов Российской Федерации электронный магазин малых закупок – пилотный проект, региональные и муниципальные заказчики только начали осваивать новый инструментарий. Доля ЗМО в электронном виде, в общем объеме ЗМО в таких регионах незначительна.

Москва и Московская область приступили к процессу автоматизации малых закупок несколько лет назад. К середине 2019 года они смогли перевести в электронную форму практически все закупки малого объема. Московская область добилась значительного охвата цифровизации ЗМО не только на региональном, но и на муниципальном уровне.

Рисунок 4. Субъекты РФ с наибольшей долей ЗМО, осуществляемых через электронные магазины, в I полугодии 2019 г.

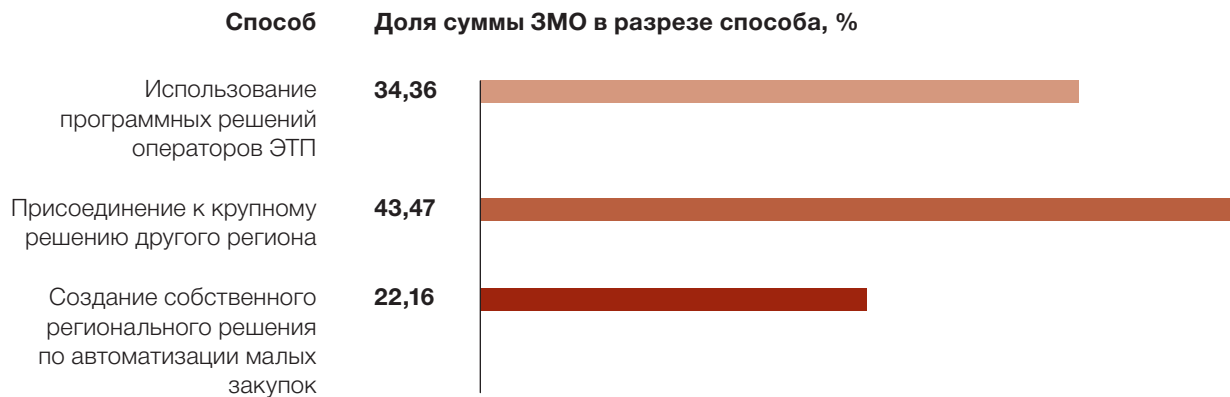


Регионы используют три ключевые стратегии перевода малых закупок в электронную форму:

1. использование программных решений федеральных операторов электронных торговых площадок («РТС-тендер», «Сбербанк-АСТ»);
2. присоединение к крупному решению другого региона (примеры: Портал поставщиков города Москвы, агрегатор «Биржевая площадка» Республики Татарстан);
3. создание собственного регионального решения по автоматизации малых закупок в составе региональных информационных систем в сфере закупок или с использованием коммерческих продуктов («Кейсистемс», «Криста», «Комита»).

Более половины всех малых закупок в электронной форме (по сумме закупок) осуществляется в рамках стратегии использования программных решений федеральных операторов ЭТП или ЕАТ.

Рисунок 5. Стратегии перевода малых закупок в электронную форму



Основные способы закупок малого объема в электронных магазинах

Анализ регламентов электронных магазинов показывает, что среди основных способов осуществления закупок малого объема через электронные магазины чаще всего используются:

- закупочная сессия (котировочная сессия, торговая сессия и пр.), которая осуществляется посредством формирования заказчиком извещения о малой закупке, рассмотрения поступивших заявок участников закупки и согласия заказчика с офертой участника закупки;
- закупка с полки (закупка по потребностям, предложение о закупке), которая осуществляется посредством выбора заказчиком в витрине электронного магазина предложения поставщика, соответствующего требованиям заказчика.

Анализ регламентов электронных магазинов показывает, что наиболее часто в электронных магазинах используется первый способ малой закупки.

Например, на Портале поставщиков города Москвы закупки малого объема осуществляются в основном через котировочную сессию – количество таких закупок за 11 месяцев (с начала декабря) 2019 года составляло 127 тыс.

Количество закупок по потребностям на Портале поставщиков значительно ниже (20,1 тыс. закупок за 11 месяцев 2019 года).

Основные организационные отличия закупочной сессии и закупки с полки

Закупочная сессия по своей организационной форме больше всего напоминает упрощенный аналог электронного аукциона.

Например, котировочная сессия на Портале поставщиков города Москвы проводится посредством последовательного снижения участниками начальной цены контракта (договора) на размещенную заказчиком закупку малого объема. Шаг котировочной сессии устанавливается в размере 0,5–1% от начальной цены контракта (договора). Котировочная сессия может длиться 3, 6 или 24 часа (без учета переторжки) на усмотрение заказчика.

Закупка с полки в своей классической форме подразумевает размещение поставщиком предложения о продаже в открытой части электронного магазина. Заказчик направляет предложение заключить контракт (договор) поставщику с наилучшим предложением из списка предложений поставщиков о продаже, размещенных в открытой части электронного магазина.

Классическая закупка с полки отличается от прямой закупки лишь тем, что заказчик выбирает из предложений поставщиков, зарегистрированных в электронном магазине. И выбор должен быть осуществлен в пользу самого выгодного предложения, соответствующего требованиям закупки.

В большинстве электронных магазинов закупка с полки или не используется, или практикуется при отсутствии предложений поставщиков на заявку заказчика в рамках закупочной сессии (при отказе заказчика от заключения контракта), или используется в измененной форме.

Например, в Санкт-Петербурге в случаях отсутствия заявок на закупку малого объема или несоответствия поданных заявок заявленным потребностям заказчик может осуществить отказ от электронного магазина и осуществить малую закупку без его использования.

В электронном магазине Московской области закупка с полки проходит в форме предложения о закупке, которая подразумевает приглашение к участию в закупке, направляемое заказчиком конкретному поставщику (в случае наличия на полке поставщика товара (работы, услуги), соответствующего требованиям заявки заказчика).

Рынок решений по автоматизации малых закупок

По результатам проведенного анализа закупок малого объема, осуществляемых в электронном виде, можно выделить следующие электронные магазины и агрегаторы, лидирующие по сумме малых закупок, осуществляемых через них.

В рассматриваемых системах автоматизации закупок малого объема только во II полугодии 2019 года сумма малых закупок достигла 90,6 млрд руб., что на 62% больше, чем за весь 2018 год (56,1 млрд руб.).

Более 77% всех малых закупок в электронной форме осуществляются через ЕАТ «Березка», Портал поставщиков города Москвы и РТС-маркет.

Из других крупных решений по автоматизации закупок малого объема можно отметить Агрегатор торгов малого объема Республики Башкортостан (закупки осуществляются со II полугодия 2019 года), Подсистему закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд Санкт-Петербурга (закупки осуществляются с конца I полугодия 2019 года), АЦК-Госзаказ Ленинградской области, «Е-магазин» Нижегородской области.

Таблица 3. Показатели закупок малого объема крупнейших электронных магазинов, агрегаторов закупок малого объема

№	Электронный магазин, агрегатор	Доля в разрезе объема малых закупок, % ⁴		Изменение	Показатели малых закупок			
		2018 г.	I пол. 2019 г.		Среднее количество поданных заявок		Экономия ² , %	
					2018 г.	I пол. 2019 г.	2019 г.	I пол. 2019 г.
1	ЕАТ «Березка» ¹	0,2	35,8	+35,5%	1,3	1,6	0,4	2,9
2	Портал поставщиков города Москвы	44,5	27	-17,5%	7	7	13	13

№	Электронный магазин, агрегатор	Доля в разрезе объема малых закупок, %		Изменение	Показатели малых закупок			
		2018 г.	I пол. 2019 г.		Среднее количество поданных заявок		Экономия ² , %	
					2018 г.	I пол. 2019 г.	2019 г.	I пол. 2019 г.
3	РТС-маркет	21,6	14,6	-7,0%	1,7	2,3	8,9	8,2
4	ЭМ Московской области	15,3	8,9	-6,4%	3	4,5	19	16,7
5	ОТС-маркет ³	3,2	4,5	+1,3%	1,5	2	7	8
6	SberB2B	2,1	3	+0,8%	1,7	2,9	7	12
7	Веб-торги («Кейсистемс»)	6,2	2,2	-4,0%	1,9	2,1	14,25	13,72
8	«Криста» ³	2	2,2	+0,2%	1,8	2	6	7
9	Агрегатор «Биржевая площадка» Республики Татарстан	3	0,9	-2,1%	2,05	2,78	16,57	16,18
10	«Комита»	1,8	0,9	-0,9%	2	2	15,4	15,6

¹ С учетом договоров по размещенным на ЕАТ предложениям (из них сумма договоров, заключенных непосредственно на ЕАТ, – 0,437 млрд руб.).

² Данный показатель является относительным и не демонстрирует снижение реальных рыночных цен, поскольку экономия рассчитывается как соотношение между начальной максимальной ценой и ценой победителя закупки, при этом подходы к обоснованию начальной цены в разных ЭМ отличаются и не всегда привязаны к средневзвешенным рыночным ценам.

³ Экспертная оценка на основе данных, присланных субъектами РФ, которые осуществляют ЗМО на базе программного решения.

⁴ По сумме размещенных закупок малого объема.

Номенклатура закупок малого объема

Самые популярные товары и услуги, которые заказчики закупают через электронные магазины малых закупок, в основном относятся к сервисам для обеспечения деятельности организации заказчика (клининговые услуги, обеспечение питанием, печатные услуги и заправка картриджей) и канцелярии. То есть это закупки, где при относительно небольшой стоимости крайне важна скорость поставки товара или оказания услуги.

Рисунок 6. Номенклатура закупаемых через ЗМО объектов (удельный вес в сумме закупок малого объема) в I полугодии 2019 г.⁵



⁵ Предмет малых закупок, осуществляемых заказчиками федерального уровня на ЕАТ «Березка» в 1 полугодии 2019 года (удельный вес в сумме всех закупок малого объема)

Показатели закупок малого объема в электронной форме

Как показала практика осуществления закупок малого объема в электронных магазинах, основные проблемы закупок малого объема (непрозрачность процедуры выбора поставщика (подрядчика, исполнителя); отсутствие контроля стоимости товаров, работ, услуг – завышение цен; ограничение доступа для новых поставщиков (подрядчиков, исполнителей); отсутствие экономии и коррупционные риски) полностью устраняются при переводе процесса осуществления малых закупок в электронный вид.

Средний уровень конкуренции в закупках малого объема через электронные магазины в 2018 году составил 1,9 заявки (предложения) на закупку, в 2019 году этот показатель увеличился до 2,1. В г. Москве уровень конкуренции в закупках малого объема в среднем составлял 7 заявок в котировочных сессиях в 2018 и в 2019 годах, в закупках по потребностям среднее количество участников в 2018 году составляло 2 участника, в 2019 году – 4 участника.

Средний уровень экономии по результатам закупок малого объема через электронные магазины (среднее снижение по результатам закупки) по выборке субъектов РФ в 2018 году составил 8%; в I полугодии 2019 года

(с учетом регионов, которые только начали осуществлять свои малые закупки через электронные магазины) – 7,6%.

Самый высокий уровень экономии зафиксирован в закупках малого объема в Московской области (в регионе в 2018 году по результатам малых закупок было сэкономлено 19%, в 2019 году – 16,7% от изначально отведенных на малые закупки средств), а также в Астраханской области – 18,7% экономии по результатам закупок малого объема в электронном магазине в 2019 году.

Другим положительным эффектом электронных магазинов является возможность осуществлять мониторинг и контроль закупок малого объема.

В большинстве субъектов Российской Федерации мониторинг закупок малого объема или не осуществляется, или осуществляется лишь на основании данных, предоставленных заказчиками регионального и муниципального уровня, достоверность которых сомнительна.

Электронные магазины также предоставляют субъектам РФ возможность ведения региональной базы поставщиков и ценовых предложений.

Показатели закупок малого объема в электронной форме

Таблица 4. Показатели закупок по 44-ФЗ в сравнении с показателями ЗМО в электронных магазинах

№	Агрегатор	Показатели закупок			
		Среднее количество поданных заявок		Экономия ⁶ , %	
		2018 г.	I пол. 2019 г.	2018 г.	I пол. 2019 г.
1	Закупки по 44-ФЗ	2,3	2,8	6,5	5,3
2	Закупки малого объема в электронной форме	1,9	2,1	8	7,6

⁶ Данный показатель является относительным и не демонстрирует снижение реальных рыночных цен, поскольку экономия рассчитывается как соотношение между начальной максимальной ценой и ценой победителя закупки, при этом подходы к обоснованию начальной цены в разных электронных магазинах отличаются и не всегда привязаны к средневзвешенным рыночным ценам.

Особенности проведения малых закупок в субъектах РФ

Как правило, на уровне субъектов Российской Федерации, проводящих автоматизацию закупок малого объема, заказчики регионального уровня обязаны размещать малую закупку через автоматизированную информационную систему.

В подавляющем большинстве случаев основным критерием выбора поставщика в малой закупке является наименьшая цена.

Тем не менее, существует ряд особенностей проведения малой закупки. Ключевыми являются следующие:

- **Самостоятельность заказчика в выборе способа осуществления закупки малого объема.**

Заказчик вправе выбрать способ проведения закупки малого объема: традиционно «напрямую» с поставщиком или с использованием электронного магазина (пример: Республика Саха (Якутия)).

- **Возможность выбора заказчиком предложения с ценой, которая не является минимальной.**

Примерами реализации такого подхода являются Кировская область, Калужская область, Республика Саха (Якутия), Ставропольский край. В ряде регионов в случае выбора предложения не цене, которая отличается от минимальной, заказ-

чику необходимо в письменной форме обосновать свой выбор (например, Кировская область, Ставропольский край).

Отдельной вариацией подхода является кейс Ставропольского края, где при проведении процедуры на основе поданных участниками закупки предложений автоматически формируется средняя цена и установлен запрет на заключение контракта с участником закупки, предложившим цену выше средней.

- **Наличие формализованных критериев оценки предложений участников закупки.**

В ряде субъектов Российской Федерации помимо критерия цены установлены также иные формализованные критерии оценки заявок участников закупки.

Так, например, в Ставропольском крае установлено, что при оценке и сопоставлении заявок заказчиком могут учитываться следующие критерии:

- опыт поставки аналогичного товара (выполнения работ, оказания услуг);
 - отсутствие (наличие) налоговой задолженности;
 - отзывы заказчиков по ранее исполненным контрактам данным поставщиком.);
- **Ответственность участника закупки за уклонение от заключения контракта.**

Примером реализации такого подхода является Ставропольский край, где в случае уклонения победителя закупки от заключения контракта (неподписания им проекта контракта в течение 1 раб. дня с момента получения проекта контракта), информация о таком участнике закупки вносится заказчиком в реестр ненадлежащего исполнения контрактов.

- **Ответственность поставщика за неисполнение (ненадлежащее исполнение) обязательств по контракту.**

Аналогично, в случае неисполнения (ненадлежащего исполнения) обязательств по контракту есть регионы, в которых установлены специфические меры ответственности в отношении таких поставщиков.

Примером реализации данного подхода является правило о том, что в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения контракта, заказчик в течение 3 раб. дней имеет право внести информацию о таком участнике закупки, в реестр ненадлежащего исполнения контрактов.

Наличие информации об участнике закупки в указанном реестре дает право заказчику отклонять ценовые предложения такого участника закупки в течение 1 (одного) календарного года с даты включения в реестр.

Выводы

Закупки малого объема, осуществляемые посредством электронных магазинов, показали высокую экономию

Перевод закупок малого объема в электронную форму повысил уровень конкуренции и позволил добиться экономии по результатам таких закупок.

Несмотря на то что уровень конкуренции в закупках малого объема в электронном виде остается ниже, чем в электронных аукционах, проводимых в рамках контрактной системы (в 2018 году 2,8 поданной заявки на лот в рамках электронных аукционов, проводимых по Закону о контрактной системе, и 2,2 заявки (предложения) на малую закупку, осуществляемую через электронные магазины), значение этого показателя растет (в 2019 году среднее количество поданных заявок (предложений) на малую закупку в электронном магазине увеличилось с 1,9 (в 2018 году) до 2,1), тогда как в электронных аукционах, наоборот, падает (с 2017 года среднее количество поданных заявок на лот в электронных аукционах сократилось на

0,4 п. (3,2 заявки в 2017 году относительно 2,8 заявки в 2018 году)⁷.

Экономия по результатам закупок малого объема в электронных магазинах в 2018 году в среднем составила 8%, в I полугодии 2019 года – 7,6%, тогда как в электронных аукционах, проводимых в рамках контрактной системы, в 2018 году экономия составила всего 5,48%.

Поставщики в малых закупках гораздо активнее снижают цену за предлагаемый товар (работу, услугу).

Отчасти это вызвано скоростью процедуры малой закупки, отсутствием обеспечительных взносов и сроками оплаты за поставленный товар (оказанную услугу, выполненную работу). В среднем процедура малой закупки в электронной форме длится от 1 до 2 дней, контракт заключается в течение одной недели.

⁷ <https://fcs.hse.ru/data/2019/04/01/1190217413/doklad-2018.pdf>

Выводы

Текущий рынок программных решений для электронных магазинов малого объема сложился и носит высококонкурентный характер

Рынок представлен программными решениями различных производителей, которые в честной конкурентной борьбе стремятся повышать качество своих решений.

Последние несколько лет разработчики электронных магазинов активно развивали сервис и инфраструктуру, конкуренция друг с другом стимулировала операторов электронной торговли постоянно повышать качество своих решений для удобства заказчиков и поставщиков. У региональных заказчиков есть возможность выбирать, с какой площадкой им работать.

Операторы электронных магазинов, в свою очередь, внимательно отслеживают пожелания рынка, совершенствуясь и предлагая все более качественные сервисы.

Так, заказчики и поставщики сообща развивают сегмент и оптимизируют проведение закупок малого объема по всем законам рыночной экономики. В свою очередь, ограничение количества ресурсов при осуществлении закупок малого объема может привести к падению качества сервисов электронных магазинов и, как следствие, к снижению эффективности закупок малого объема.

Цели регулирования сегмента малых закупок – сделать их инструментом срочных закупок, свободных от сложных процедур контрактной системы.

Использование электронных форматов способствует повышению удобства малых закупок для добросовестных заказчиков.

Оборотная сторона перевода малых закупок в электронную форму: увеличение в ряде случаев издержек заказчика

Автоматизация предъявляет к заказчикам дополнительные требования (например, покупка по минимальной цене). Подход к регулированию малых закупок при переводе их в электронную форму меняется, а степень свободы заказчика сокращается.

Это нивелирует эффект от перевода малых закупок в электронную форму в виде

экономии бюджетных средств. У заказчика должно оставаться право выбора различных технологий ведения торгов: закупка с полки (не по цене), котировочная сессия (по цене), а также их вариации.

Сверхмалые закупки (до 10–15 тыс. руб.) должны осуществляться по корпоративным банковским картам.

Потенциал электронных магазинов не используется в целях обоснования начальной цены малой закупки

Высокий показатель экономии по результатам малой закупки, проведенной через электронный магазин, не всегда свидетельствует о действительной экономии, так как экономия возникает не только в результате увеличения конкуренции, но и в силу неэффективного ценообразования заказчиками при формировании начальных цен малых закупок.

В рамках мониторинга было зафиксировано, что для определения начальной цены малой закупки в большинстве случаев заказчики используют запрос коммерческих предложений. Сопоставление ценовой информации о стоимости схожих товаров, работ и услуг, закупаемых в электронном магазине, осуществляется редко. Сопо-

ставление с рыночными ценами (ценовой информацией о стоимости товаров и услуг на других торговых площадках («Березка», ЕИС, «Яндекс.Маркет» и т.д.)), которое может способствовать формированию взвешенной начальной цены, осуществляется лишь в исключительных случаях самими заказчиками при помощи ручного мониторинга цен. В автоматическом режиме сопоставление рыночных цен не осуществляется. Следовательно, начальная цена малой закупки может быть завышена.

Например, на Портале поставщиков города Москвы среднее снижение в котировочных сессиях (упрощенный электронный аукцион) в 2019 году составило 13%, а в закупках по потребностям (аналог закупки с полки) – 7%.

Малые закупки в электронной форме страдают от отсутствия гибкости контрактов

Автоматизация малой закупки и в особенности ограничение возможности выбора поставщика только по ценовому критерию практически исключает возможность пролонгации договора с поставщиком, качество поставленного товара (оказанных услуг) которого удовлетворяет требованиям

заказчика. Тем временем продление договора с добросовестным поставщиком крайне актуально, особенно в сферах клининговых услуг и обеспечения питанием, на долю которых приходится 20,8% от стоимости всех малых закупок.

Региональные рынки малых закупок преимущественно представлены перекупщиками, а не производителями

Сегмент малых закупок представлен в основном двумя категориями поставщиков:

- поставщики услуг (сервисные и ремонтные услуги, обеспечение питанием);
- перекупщики и посредники.

Если поставщики услуг оказывают положительное влияние на региональный рынок, то посредники в рамках малых закупок чаще всего перекупают необходимый заказчику товар через сервисы электронной коммерции («Яндекс.Маркет», AliExpress и др.).

При этом в ходе исследования региональные заказчики выражали готовность осуществлять закупки необходимых им товаров и услуг напрямую через сервисы электронной коммерции, но указывали на отсутствие инструмента проведения такой закупки силами государственного или муниципального заказчика.

Перекупщики приобретают товар уже после победы в процедуре закупки. Таким образом, деятельность перекупщиков негативно сказывается не только на экономии в закупках, так и на количестве отказов от заключения контракта по результатам малой закупки (ведь никакой ответственности за отказ от заключения контракта поставщик не несет).



Авторский коллектив:

Шамрин А.Т. (руководитель)

Головщинский К.И.

Турчан М.С.

Белогурова Е.Б.

При участии:

Ведерин И.В.

Погорелко М.Ю.

Шишкин Е.А.

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», Москва, 2020 г.

