

БИРЖА ТОРГОВ



Отсканируйте
QR-код, чтобы
попасть на Портал
поставщиков
Москвы



ДЕПАРТАМЕНТ
ГОРОДА МОСКВЫ
ПО КОНКУРЕНТНОЙ
ПОЛИТИКЕ

investmoscow.ru
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОРТАЛ ГОРОДА МОСКВЫ



ПОРТАЛ
ПОСТАВЩИКОВ

ЗАЯВКА НА ЛУНУ

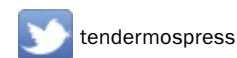
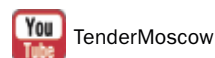
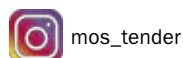
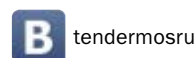
■ Для амбассадоров
портала поставщиков нет
невыполнимых задач

130

АУКЦИОНОВ
В МЕСЯЦ –
НОРМА УЧАСТИЯ
ДЛЯ «ОФИС
МАРКЕТ». ТРЕТЬ
ИЗ НИХ КОМПАНИЯ
ВЫИГРЫВАЕТ.

Конкурент – не враг,
Конкурент – мотиватор





44 ИНВЕСТОРА ПРЕТЕНДОВАЛИ НА ЗЕМЛЮ ПОД СТРОИТЕЛЬСТВО АВТОТЕХЦЕНТРОВ

44 инвестора приняли участие в городских торгах по аренде земельных участков под строительство сервисных и технических центров для автомобилей за последние пять лет. За это время было реализовано 11 земельных участков с таким назначением.

Минимальная итоговая цена арендованных лотов составила 2,8 млн рублей, а максимальная – 36,7 млн. Наибольшее число арендованных лотов за этот период времени пришлось на север Москвы.

30 ПАРКОВЫХ ТЕРРИТОРИЙ СТОЛИЦЫ БЛАГОУСТРОЯТ ПО ИТОГАМ ЭЛЕКТРОННЫХ АУКЦИОНОВ

Контракты на благоустройство более 30 парковых территорий Москвы заключили городские заказчики с начала 2019 года.

В этом году работы уже проводятся или только запланированы в парке 850-летия Москвы, парках: Фили, Пальмира, Вагоноремонт, Сокольники, парке Дружбы, парке в пойме реки Битцы, Северное Тушино, парковой зоне Дубнинская и в других парковых территориях.

Контракты предусматривают высадку деревьев и цветов, ремонт и устройство новых

дорожек, газонов, установку скамеек, новых детских игровых площадок и спортивных тренажеров, а также комплексное благоустройство столичных парков.

Всего с начала 2019 года количество таких контрактов на благоустройство парковых территорий практически достигло двухсот штук. При этом часть подобных работ включена в контракты по комплексному благоустройству районов или округов. Уровень конкуренции на таких аукционах варьируется от 3 до 5 компаний на лот.

3-5
КОМПАНИЙ
претендовали на один лот

ИНВЕТОР ВЗЯЛСЯ ЗА СКЛАДЫ

Восемь земельных участков под строительство складских помещений арендованы инвесторами у города за последние 4 года. Превышение стартовой цены объектов по итогам аукционов составило в среднем 10%. Максимальное количество предложений было реализовано в ЗАО.

Рынок складской недвижимости демонстрирует высокий уровень активности. С начала года объем нового строительства складских объектов более чем в 2 раза превышает прошлогодний показатель.

По оценке экспертов, в 2019 году ожидается строительство 1 миллиона квадратных метров новых складов. Основной строительный объ-

ем складской недвижимости придется на вторую половину года, прогнозирует старший директор отдела складских и промышленных помещений CBRE Антон Алябьев.

«Драйвером роста выступает, в первую очередь, относительная стабильность во всех отраслях, являющихся потребителями складских площадей. Это позволяет им развивать свой бизнес и формировать от 60 до 70% спроса. В то же время дополнительный импульс рынку придает активный рост отдельных сегментов, таких как: онлайн торговля, а также развитие крупных розничных сетей, что выливается в закрытие ряда больших сделок» – пояснил эксперт.

1
МЛН КВ М
новых складов построят в 2019 г.



500 УЧАСТНИКОВ РЫНКА ЗАКУПОК ПРОШЛИ ОБУЧЕНИЕ В ЛЕТНЕЙ ШКОЛЕ

Порядка 200 столичных заказчиков и 300 поставщиков прошли обучение в Летней школе для участников рынка закупок. Образовательный проект стартовал в начале августа в павильоне «Умный город» на ВДНХ и продлился до конца месяца.

«Летняя школа поставщика и заказчика» организована по инициативе столичных властей для повышения квалификации участников рынка закупок и формирования профессионального сообщества для обмена опытом работы и новыми идеями о контрактной системе столицы.

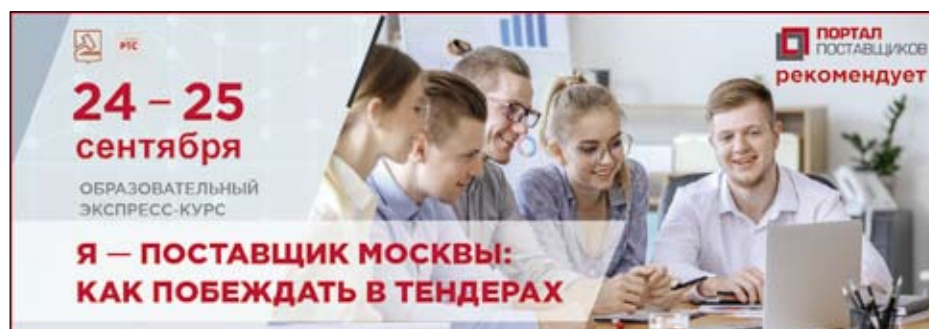
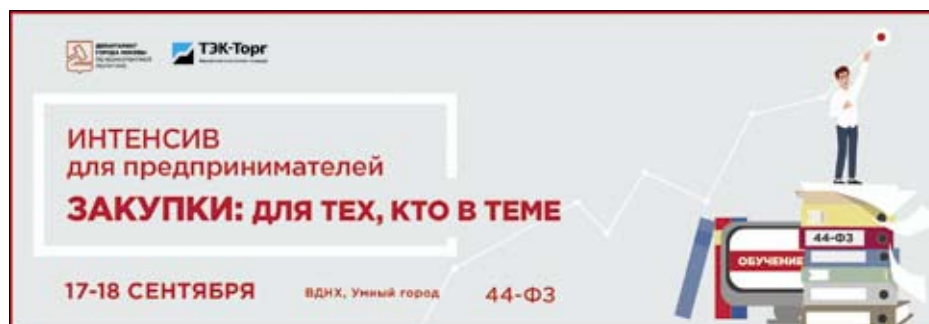
Программа образовательного проекта включала в себя лекции с ведущими экспертами, рассмотрение нововведений 44-ФЗ, живые обсуждения и деловые игры. При этом все лекторы были сориентированы на при-



кладной характер обучающего контента, что позволило сразу понять, как полученные знания можно применить на практике.

Также на смене с предпринимателями отдельное внимание было уделено работе на портале

поставщиков – интернет-ресурсе для автоматизации закупок малого объема. А заказчики приняли участие в дискуссии с разработчиками Единой информационной системы торгов «ЕАИСТ».



МОСКВА ЗЕЛЕНАЯ:

■ кто и как ухаживает за «легкими» мегаполиса

АЛЕНА БУЛАВКА
ABULAVKA@MR-MSK.RU

Создание комфортной городской среды – одна из ключевых задач города Москвы на 2019 год. И ее создание невозможно без озеленения.

Только за восемь лет в столице высажено шесть миллионов деревьев и кустарников. Еще более 700 тысяч деревьев и кустарников появятся в парках, во дворах, на улицах и природных территориях до конца этого года. Все эти растения требуют ухода, поливки, об-

работки спецтехникой, что сформировало соответствующий рынок. Сегодня его участники обсуждают специфику работы в этом сегменте благоустройства и отношения между заказчиками и поставщиками.

Мы выполняем работы для «Жилищников», Департамента образования и науки города Москвы, Департамента труда и социальной защиты населения города Москвы. Мы составляли паспорта благоустройства территории, в том числе и для Управления делами Президента РФ, Госдумы, Счетной палаты. В будущем наша компания планирует расширять спектр предлагаемых услуг, и в этом для нас портал поставщиков – отличный инструмент для пополнения клиентской базы.

ОЛЬГА ЛАЙКОВА,

генеральный директор компании «Рождество Инк»:

Конкуренция в нашем сегменте достаточно высокая, но и спрос не маленький. Мы занимаемся озеленением, выдаем порубочные билеты, вырубаем сухостой. В принципе, можем провести полное благоустрой-

ство территории за исключением укладки асфальта. Основное требование, которое предъявляют к нам заказчики – это качество выполняемых работ. Мы сотрудничали с разными заказчиками, в том числе и с такими как Федеральная служба охраны, Управление делами Президента. Выполнение подрядных и субподрядных работ для государственных заказчиков – это, с одной стороны, вопрос престижа и имиджа компании, а с другой – возможность иметь постоянные заказы с понятными сроками оплаты, возможность наращивать количество клиентов, не тратя средства на рекламу. Портал поставщиков – это отличная возможность наращивать оборотные средства субъектам малого и среднего предпринимательства, выполняя понятную, привычную работу. Единственное условие – работа должна быть качественной, в противном случае исполнитель рискует попасть в Репозиторий недобросовестных поставщиков.

МНЕНИЕ ЗАКАЗЧИКА

ТАТЬЯНА БУЛАНКИНА,

заместитель директора по экономике и финансам ГБУ «Жилищник Нагорного района» (с 2015-го по начало 2019 гг. занимала должность начальника отдела закупок):

От поставщиков мы, как заказчики, ожидаем четкого выполнения условий тендера. Если в аукционной документации указано, что толщина трубы должна быть три с половиной миллиметра, то ожидается, что победитель аукциона именно такую трубу и поставит. Вместо этого начинаются споры о том, что по программе импортозамещения привезли отечественный аналог, который тоньше, зато они дали большое снижение, о котором мы, в общем-то, не просили. Таких ситуаций – масса. К сожалению, поставщики намеренно идут на нарушения техзаданий, пытаются в рамках жесткой конкуренции заработать на заказчиках. Бороться с помощью претензионных писем возможно, но если у заказчика горят сроки, как это обычно бывает, легче расторгнуть контракт и объявить снова аукцион. При непредвиденных ситуациях спасает портал поставщиков. Это отличный инструмент поиска исполнителей, который постоянно совершенствуется и улучшается в соответствии с пожеланиями заказчиков. С появлением данного сервиса стало гораздо удобнее работать с вопросами, требующими неотложного решения. К сожалению, такого плана «быстрые» закупки лимитированы.

МНЕНИЯ ПОСТАВЩИКОВ

НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВА,

руководитель контрактной службы, заместитель директора компании «Уютный дом»:

Мы работаем с порталом поставщиков более трех лет. Могу отметить, что заказчики за это время стали более грамотными, квалифицированными. Техзадания стали не абстрактными, а четкими и понятными, глубокими – с конкретным описанием товара, указанием конкретно интересующих марок. При этом в последнее время конкуренция на нашем рынке, конечно, выросла. Если раньше мы нередко выступали как единственные участники торгов, особенно в случаях с горящими сроками поставки, то сегодня в каждом тендере по нашему профилю участвуют минимум три-четыре компании. Мы работаем со многими бюджетными организациями, на балансе которых находится придомовая территория. Соответственно, поставляем снегоуборочную и садовую технику.

В последнее время мы вообще почти перестали работать с частными заказчиками. Дело в том, что портал поставщиков – инструмент удовлетворения потребностей государственных организаций, а не коммерческая история. И поэтому регистрация здесь, в отличие от коммерческих электронных площадок, бесплатная, не нужно в начале года выкупать пакетное предложение вне зависимости от того, выиграешь ты контракт или нет, а после еще и платить комиссию за выигрыш. Благодаря portalу мы безо всякой рекламы и поборов решаем все текущие задачи: находим новых клиентов, увеличиваем оборотные средства, расширяем бизнес.

ДЕНИС КУДИРОВ,

генеральный директор компании «Грин Сити»:

С порталом поставщиков работаем с 2016 года, и за прошедшее время здесь стало больше и заказчиков, и поставщиков. Мы часто работаем на субподряде у государственных компаний. Для нас это удобно: один контракт позволяет выполнять работы на объекте в 100 гектаров, тогда как для того, чтобы получить подряд на площадь в 20 гектаров, нужно выиграть не менее пяти-шести аукционов.

ЗАКУПКИ ПО УХОДУ ЗА ГОРОДСКИМИ РАСТЕНИЯМИ

- Обустройство газонов и цветников
- Закупка садовой техники
- Полив растений
- Высадка деревьев и кустарников

ПОРТАЛ ПОСТАВЩИКОВ

* данные за 2019 год

Публичное представление закупочных процедур – новый формат общения заказчиков и поставщиков столицы, а также СМИ, общественников и экспертов рынка. Это цикл открытых встреч в рамках проекта «Биржа торгов», который организует и проводит Департамент города Москвы по конкурентной политике. По сложившейся за последние месяцы традиции, они проходят каждую среду в МТПП, и каждый раз здесь обсуждается целый ряд вопросов из ключевых сфер городской жизни.

Широкий охват и подробная детализация по каждому обсуждаемому аспекту привлекают к мероприятиям не только

поставщиков товаров и услуг, но и производителей, а также представителей бюджетных учреждений, общественных организаций и медиа.

Здесь представители заказчиков Москвы исчерпывающе рассказывают потенциальным поставщикам о закупках, проводимых в столице, а также о сроках и условиях их проведения, о принципах формирования цены контракта и возможных штрафных санкциях, и, что также немаловажно, о том, какие эффекты получит город благодаря исполнению контракта. В свою очередь для предпринимателей это отличная возможность напрямую задать все интересующие вопросы по конкретной поставке.

■ Открытая презентация закупок – диалог власти, бизнеса и общества



ТЕНДЕР НА ЛАДОНИ

ВЗГЛЯД ЗАКАЗЧИКА: ЭКОНОМИКА ПРОЦЕССА

Особый интерес у бизнес-сообщества вызывают новые виды работ и услуг, которые требуются сегодня мегаполису. Публичное представление дает всестороннее представление о соответствующей закупке. Как пример – обсуждение кадрового аутсорсинга. Международный опыт показывает его эффективность, но для России это малоиспользуемая сфера. И в рамках «Биржи торгов» подробно обсудили аутсорсинг услуг младшего медперсонала в учреждениях здравоохранения Москвы.

– Переход на аутсорсинг позволяет обеспечить стабильную и непрерывную работу по уходу за пациентами, – пояснила Наталья Шангина, руководитель контрактной службы Психиатрической клинической больницы №13. – Не возникает проблем с заменой сотрудника из-за его болезни или отпуска. Привлечение внешнего подрядчика экономит до 60 процентов бюджетных средств.

Вынося на обсуждение новую закупку, заказчик рассчитывает заинтересовать бизнес и расширить круг участников торгов, а также снять на этом этапе основную часть вопросов. Заказчики объясняют и еще одну из причин открытых обсуждений закупок – это позволяет сделать конкурентную среду в городе более открытой и прозрачной.

ВЗГЛЯД ПОСТАВЩИКА: ОЦЕНКА СОБСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Традиционно повышенное внимание у предпринимателей сохраняется к закупкам, связанным со строительством и благоустройством. Игроков на этом рынке довольно много, и многие начинают искать выход в расширении бизнеса и в освоении при этом новых для себя сфер.

– В нашем сегменте большая конкуренция и нужно понять, куда двигаться дальше и как меняются требования к участникам, – говорит Алексей Фролов, представитель стоительной фирмы.

По этой же причине столичный рынок привлекает и региональных игроков:

– Мы только выходим на московский рынок, начинаем участвовать в торгах. И такой формат – это отличный источник информации о закупках: здесь можно напрямую у заказчика уточнить те нюансы, которые нам как новичкам или не понятны, или не известны. При этом мы быстрее понимаем, устраивает ли нас закупка, можем ли мы в ней участвовать, а, главное, насколько наши возможности соответствуют требованиям заказчика, – рассказывает Антон Вдовиченко из самарской компании «Интерстрой».

ВЗГЛЯД НАБЛЮДАТЕЛЯ: ИНФОРМАЦИЯ ИЗ ПЕРВЫХ РУК

Для многих участников такие публичные мероприятия становятся и хорошей практикой: например, контрактные управляющие, только получившие эту должность, здесь учатся тому, как вообще организуются такие процедуры и по каким принципам формируются тендеры, назначается цена и приглашаются поставщики. Другие в целом мониторят ситуацию с развитием предпринимательства в городе:

– Для многих предпринимателей лучше всего снять вопросы по тендеру до заключения госконтракта, например, во время таких слушаний, – отмечает Олег Филиппов, председатель комитета по строительству Московского отделения общероссийской общественной организации «Опора России». – Ответы на вопросы в ходе публичного представления закупок позволяют бизнесу лучше ориентироваться в процедуре торгов и выполнять техническое задание.

Отдельная категория – представители СМИ, для которых каждая закупка – это источник информации не только о распределении бюджетных средств, но и конкретных мероприятиях, которые будут реализованы после торгов. Только здесь, к примеру, можно из первых рук узнать, что закупка общественного транспорта позволит городу запустить ряд программ для школьников. Или что обустройство «свыше 30 тысяч квадратных метров газона» – это не только озеленение, но и меры по комплексному благоустройству сразу трех районов СВАО. Как поясняет Наталья Зимина, начальник отдела закупок ГБУ «Жилищник района Отрадное», «такие работы в целом улучшают качество жизни москвичей».

КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

Каждое публичное представление закупочных процедур для ее участников-поставщиков – это еще и возможность бесплатной консультации у представителей портала поставщиков. Кто-то старается воспользоваться этой услугой до начала обсуждения, некоторые – между презентациями тендеров, но основная часть занимает очередь по окончании мероприятия.

– Чаще всего предприниматели обращаются к нам за решением технических проблем, связанных с их работой на портале. Многие решают и организационные вопросы по участию в торгах. Нередки и вопросы общего характера по закупкам малого объема, – рассказывает консультант Михаил Янгляев, сотрудник отдела функционального развития Портала поставщиков.



Для того, чтобы принять участие в публичных представлениях закупок, необходимо выбрать интересующую тему и зарегистрироваться на сайте <http://mos-tender.com/publicpresentation>

Мероприятия ПРОХОДЯТ каждую среду в 10.00 в МТПП по адресу Петровка, 15.





КОТОРЫЕ НАС ПРОДВИГАЮТ

Social Media Marketing (SMM) – сфера на рынке цифровых услуг достаточно молодая. Но развитие социальных сетей привело к тому, что они стали не только

площадками для общения, но и серьезным инструментом для продвижения брендов, услуг и компаний. Причем, эти площадки сегодня используют не только коммерческие, но уже и государствен-

ные структуры. Разбираемся, что собой представляет рынок SMM в B2G: с какими запросами приходят сюда заказчики и какой интерес он представляет сегодня для поставщиков.

МНЕНИЯ ПОСТАВЩИКОВ

ЕЛЕНА ЕЛЮТИНА,

компания Open SMM:



О РЫНКЕ

В настоящее время рынок сильно размыт – еще пять лет назад в этой сфере работали

в основном крупные агентства, а сегодня существует множество очень маленьких компаний, агентств, индивидуальных предпринимателей. И если раньше на них не обращали внимание ни государственные, ни коммерческие структуры, считая их не достаточно компетентными, и не располагающими необходимыми ресурсами, то сейчас работа с ними стало нормой, и небольшие агентства во многих тен-

дерах не только выступают наравне с ведущими игроками, но и составляют им серьезную конкуренцию. Хотя многих структур по-прежнему определяющими остаются финансовые возможности поставщика, количество сотрудников в штате, опыт, включая количество заключенных госконтрактов, и деловая репутация компании.

О СПЕЦИФИКЕ

Одно из самых востребованных качеств поставщика на рынке - его скорость реакции на задачи клиента. Сейчас сокращается время на обработку запросов Заказчика, да и сама сфера рекламы и коммуникации очень чувствительна к понятию времени. Затянули с креативом, погрязли в согласованиях и все, ваша идея уже не актуальна! Раньше преобладала плановость – можно было составлять задачи на квартал, полугодие и более длительный период. Сегодня требуется ежедневная реакция. И во многих госконтрактах уже прописывается режим работы или возможность коммуникации с подрядчиком 24/7. Под это подстраиваются и агентства, которые начинают формировать штат из высоко мотивированных людей, налаживают структуру работы сменами и активно используют удаленных работников.

Также среди востребованных показателей – это гибкость в закрытии нужд заказчика. Сейчас мало контрактов с работой «под ключ», что-то делается клиентом внутри, а закупается или необходимая экспертиза или то, на что нет ресурсов. В итоге исполнители должны уметь быстро форматировать услуги вокруг необходимых задач.

О ЗАКАЗЧИКЕ

Главным плюсом в работе с госзаказчиком стоит назвать стабильность самого

контракта: можно распланировать бюджет и задачи на год вперед. В коммерческом секторе все меняется гораздо быстрее. Но, при этом, госструктуры очень медленно перестраиваются – нередко только после начала работы выясняется, что многие изначально заложенные задачи требуют корректировки, но внести изменения можно только при формировании следующего технического задания. И весь текущий год исполнитель вынужден лавировать между реальными задачами заказчика и необходимостью выполнить то, что заложено в ТЗ, а, значит, должно быть выполнено и отражено в отчетах.

При этом в госструктурах очень сильно изменился подход к кадрам. Десять лет назад было много не замотивированных сотрудников, которые работали для галочки или приходили, например, для наработки стажа госслужбы. А сегодня налицо качественные изменения – если на стартовых позициях есть начинающие специалисты, то на ключевых – профессионалы, очень работоспособные и хорошо ориентирующиеся в своей зоне ответственности люди. Здесь полностью исчезло «советское» отношение к работе: есть готовность прислушиваться и к своей аудитории, и к экспертизе агентства. Сейчас не редкость работа и встречи по выходным, если что-то не успели решить в рабочие дни. Совершенно другой подход и совершенно иные кадры, что не может не радовать.

рация должна быть молниеносной.

Один из плюсов сотрудничества с любой госкомпанией – это хорошая прогнозируемость, особенно если работаешь с ней не первый год: можно прописать и стратегию, и контентную часть, и быть уверенным, что они останутся на данный проект неизменными.

Также положительный момент – это определенная стабильность самих госструктур: специалисты на ключевых позициях чаще всего уходят здесь только на повышение, а так обычно это одни и те же люди, с которыми при очередном тендере не нужно заново выстраивать коммуникацию. Минусом можно назвать то, что бюджеты госзаказов, как правило, часто очень скромные.

МНЕНИЕ ЗАКАЗЧИКА

НАТАЛЬЯ ОСЬМИНА,

ГБУ МФЦ:

«Отбор поставщика SMM-услуг предполагает оценку его ценовых и не- ценовых критериев: здесь важны и низкая цена, и количество ранее заключенных контрактов, и квалификация компании. К сожалению, на этом рынке еще нет должной образовательной базы и общепринятых стандартов, критериев оценки предоставляемых услуг.

При этом у поставщиков существует стереотип: все сделано под конкретное агентство, и победить в тендере не реально. Победить реально, и часто выигрывает тот, у кого лучшая цена и лучше подготовлена документация. Но главное – качественно исполнить контракт. Для этого мы со своей стороны делаем все возможное – улучшаем техзадание, вдохновляем и подаем идеи поставщику. Мы не просто хотим увидеть наши соцсети со стороны и получить экспертную оценку от тех, кто владеет технологиями SMM-продвижения, но и стать одной командой с подрядчиком. Хотя зачастую встречаем полное отсутствие инициативы и позиции «с той стороны баррикад». Хотелось бы, чтобы поставщики уходили и от такого предвзятого мнения, и такого отношения к выполнению контракта.

СЕРГЕЙ МОИСЕЕВ,

президент ГК Market Group:



Стандарты качества записаны в госконтракте – и это единственное, что оценивается при приемке работы. И этого результата необходимо достичь.

Сейчас заказчик – очень грамотный, он хорошо знает, чего и почему он хочет, и все это подробно прописывает в своем ТЗ. Поэтому главный совет всем поставщикам – внимательно читайте ТЗ и помните, что госконтракт не меняется в вашу пользу и нечеткое его исполнение грозит штрафами – они тоже прописаны в контракте.

Сегодня заказчик разговаривает с поставщиком на одном языке. Он хочет быть не просто современным, а еще и быть впереди, и подрядчик для этого должен прикладывать усилия. При этом ему не нужен хайп – ему нужна качественная аудитория. В свою очередь заказчик позволяет поставщику растить и развивать собственный персонал – все его требования обоснованы, и те, кто внимательно им следует, вместе с этим еще и учится, и качественно развивается сам.

СОВЕТЫ ПОСТАВЩИКАМ

СВЕТЛАНА МАЛЬЦЕВА,

коммуникационное агентство MALTICO:



Сегодня в одном тендере участвуют до пяти игроков. При этом есть определенный топ крупных агентств, созданных еще в 90-е, которые в нынешних условиях чаще всего уже не ведут

ни SMM, ни другие проекты, а отдают их на субподряд. Поэтому назвать топ – это не назвать никого: крупные компании выигрывают тендер, но распределяют его среди более мелких. Это

закулисная специфика, но документально открытая информация.

Мы стараемся участвовать во многих торгах, при этом, даже не имея больших шансов на победу, заранее готовим не только всю необходимую документацию, но и креативное предложение, видение стратегии PR- или SMM-сопровождения. Это наша работа на будущее.

При этом, имея опыт работы с заказчиком в первом – PR, легче понимать его задачи во втором. Хотя есть и определенные нюансы: порой это более длительное согласование, учитывающее стилистические особенности текстов и напрямую зависящее от политической ситуации. Поэтому сегодня при активном комментировании в соцсетях моде-



фото © peshkova / фотобанк ФотоДженика

ТАРАН, РАЗДЕЛ И БИТВА РОБОТОВ

■ Как государство борется с незаконными схемами в проведении торгов

В госторгах побеждают исключительно боги и герои, простому смертному биться за получение выгодного контракта не имеет смысла. Как и почему возник этот миф, понятно: в 2018 совокупный объем госзакупок составил 6,79 триллионов рублей, желающие получить доступ к этим деньгам в обход закона всегда найдутся. Но контролирующие

органы накопили серьезный опыт по раскрытию мошеннических схем. Только за 2018 год наложено штрафов за нарушение антикартельного законодательства на общую сумму более 433 миллионов рублей.

По нашей просьбе зам. начальника управления по борьбе с картелями ФАС Мухаммед Хамуков рассказал, чем грозит применение противозаконных схем их организаторам.



ФАС РФ доработала проекты федеральных законов. В числе изменений: криминализация ограничивающих конкуренцию соглашений участников торгов; усиление уголовной ответственности за сговоры и за участие в картеле для акционеров, коллегий органов и директоров компаний; ведение реестра участников картелей и запрет на их участие в госзакупках.

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ ВЫ ЗАПОДОЗРИЛИ КАРТЕЛЬНЫЙ СГОВОР?



Не сдавайтесь! По вашему заявлению территориальные органы

ФАС могут инициировать проверку и, в случае подтверждения нечестной игры, – отменить результаты торгов. Варианты реагирования:

1. Направьте заверенную электронной цифровой подписью жалобу на электронный адрес центрального аппарата ФАС delo@fas.gov.ru.

2. Обратитесь в антимонопольную службу через сайт госуслуг gosuslugi.ru.

3. Воспользуйтесь специальной формой для обращений на сайте fas.gov.ru или обратиться в контролирующий орган с письменным обращением (список территориальных органов ФАС так же есть на сайте fas.gov.ru).

ВАЖНО: обжалование действий (бездействия) заказчика, организатора торгов, оператора электронной площадки в антимонопольный орган возможно не позднее десяти дней со дня подведения итогов закупки. Рассмотреть ваше заявление ФАС обязана в течение 7 рабочих дней с момента ее поступления.

ТАРАН

ПРЕСТУПЛЕНИЕ. Двое или более «заговорщиков» изображают активную торговлю, жестко демпингуют, порой опуская цену на 80–90% от заявленной стоимости контракта. После того, как добросовестные участники потеряют интерес к продолжению торгов, участники сговора либо признаются несоответствующими критерием отбора по заявке, либо отказываются от заключения контракта. В итоге победа достается якобы пассивному участнику «заговора», которые все это время держались в тени и предлагал лишь незначительное снижение цены.

НАКАЗАНИЕ Решение Управления по борьбе с картелями ФАС по делу № 1-00-211/00-22-13. В течение пяти минут две компании-участницы аукциона на поставку инвалидных кресел поэтапно снижали цену контракта на поставку инвалидных кресел-колясок вдвое – с 10,8 до 5,4 миллионов рублей. Единственный добросовестный участник аукциона отказался от дальнейших торгов. После чего на последних секундах аукциона новый игрок сделал предложение всего сделать предложение всего на 2,3% ниже начальной (максимальной) цены контракта. По итогам окончательного рассмотрения заявок компании, обеспечившие демпинг, были сняты с торгов под предлогом предоставления документов, не соответствующих требованиям Закона о размещении заказов. Победа досталась «темной лошадке». И это был лишь один из множества аналогичных по сути эпизодов. По результатам расследования ФАС было возбуждено уголовное дело, все участники схемы понесли наказание.

РАЗДЕЛ ТОРГОВ (ЛОТОВ)

ПРЕСТУПЛЕНИЕ. Вместо того, чтобы конкурировать между собой и честно сражаться за победу в торгах, участники такой схемы садятся за стол переговоров и договариваются о том, чтобы победителями становились все участники схемы поочередно.



В 2018 и в первом полугодии 2019 годов антимонопольные органы возбудили 540 дел по картелям, и цифра продолжает расти. Ежегодный ущерб от картелей оценивается в 1,5–2 процента ВВП (сейчас это более 1,5–2 трлн руб.).

Сегодня, например, один участник схемы падает в цене на 2 процента, другой – на четыре, а победа достается третьему, который упадет на заранее оговоренные 5 процентов. Завтра роли меняются: вчерашний победитель уступает право на победу другому. В итоге сколько-нибудь серьезного снижения

цен по результатам торгов не происходит.

НАКАЗАНИЕ Решение Управления по борьбе с картелями ФАС по делу № 1-11-113/00-22-18. Бессменными поставщиками лекарственных препаратов, медицинских изделий и услуг по техническому, сервисному обслуживанию и ремонту медицинских изделий для медицинских организаций Республики Дагестан и Министерства здравоохранения Республики Дагестан на протяжении трех лет попеременно становились всего три компании. Отказ от добросовестной конкуренции позволял им выигрывать многомиллионные контракты со снижением цены менее 1%. Материалы расследования ФАС переданы в МВД.

СХЕМА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУКЦИОННЫХ РОБОТОВ

ПРЕСТУПЛЕНИЕ. Аукционный робот – это программный продукт предполагающий автоматическую подачу ценовых предложений на конкретном



электронном аукционе от имени участника по заданным параметрам. Участник лишь подтверждает заданные параметры сертификатам ЭЦП, после чего все действия аукционного робота, признаются действиями самого участника. Само по себе использование аукционных роботов

на торгах – законно! Однако «подставных» роботов время от времени используют для реализации незаконных схем. Например, уже известной вам схемы «таран».

НАКАЗАНИЕ Решение Управления по борьбе с картелями ФАС по делу № 1-11-166/00-22-17 о нарушении АМЗ при торгах на поставку расходных медицинских материалов для госорганов. Еще до начала аукциона две компании определили, кто из них станет победителем торгов. Дальше началась «битва роботов», завершившаяся снижением цены на 1%. Обе компании признаны виновными в нарушении закона «О защите конкуренции».

Одна из новаций ФАС – введение ответственности за участие в картеле для акционеров, членов коллегий органов и директоров компаний. Если будет доказана их причастность, они могут получить до шести лет лишения свободы.

ЗАЯВКА НА ЛУНУ

■ Для амбассадоров портала поставщиков нет невыполнимых задач

АЛЕНА БУЛАВКА
ABULAVKA@MBGAZETA.RU

ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДО САМОЛЕТА

Как без затрат на рекламу нарастить клиентскую базу сразу на 20 процентов и расширить географию продаж? Ответы на эти и другие бизнес-вопросы знает основатель компании «Офис Маркет» Ян Гольдин.

В бизнес он пришел рано, практически в 18 лет. К этому времени успел получить среднее профессиональное медицинское образование и поступить на психфак одного из московских вузов.

– Мне хотелось обеспечить себе и своим близким высокое качество жизни, поэтому очень быстро я понял, что работать по специальности вряд ли буду, – вспоминает Ян.

Одновременно с учебой Ян год работал в фармацевтической компании. Пока в 2004 году не создал с партнерами компанию «Офис маркет». Молодой предприниматель начал с поставок канцелярских и хозяйственных товаров. Сегодня на сайте группы компаний «Офис маркет» более 300 тысяч позиций.

– Мы занимаемся комплексным обеспечением организаций: начиная от укладки асфальта до поставки кондиционеров, – говорит Ян Гольдин. – Поставляем полный спектр товаров, необходимых для работы офиса или предприятия. Своих клиентов мы готовы обеспечивать буквально всем, кроме подакцизных и лицензионных товаров.

К примеру, авиационным предприятиям «Офис маркет» поставляет специальные машины для мойки самолетов, а на Байконур – общестроительные материалы, электротехнику, сантехнику. Среди заказов группы компаний – строительство стерильных помещений в лабораториях и операционных для медицинских учреждений, поставка медицинской и промышленной мебели, противопожарного оборудования, чая, кофе, моющих средств, спецодежды, оказание полиграфических и прочих рекламных услуг.

– Не было, правда, пока заказа на Луну, – комментирует Ян, – но если поступит и на нее заявка, мы ее обязательно выполним!



РЕАЛЬНЫЙ ШАНС ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Расширение ассортимента «Офис маркета» – одновременно и причина, и следствие увеличения клиентского портфеля. И за это Ян благодарен portalу поставщиков. Начиная сотрудничество с этим ресурсом, будущий амбассадор рассчитывал на его эффективность, но реальность даже превзошла ожидания. За несколько лет благодаря portalу «Офис маркет» на 20 процентов нарастил пул клиентов. Сегодня в портфеле 60 процентов – государственные предприятия, остальное – коммерческие структуры.

– Я всем рекомендую регистрироваться на portalе поставщиков – это замечательная возможность расширить клиентскую базу платежеспособными заказчиками, – говорит Ян. – Благодаря этому ресурсу работа с госзаказом стала понятной и прозрачной, а малый бизнес получил реальную возможность в условиях рынка расширить сотрудничество с государственными структурами.

В месяц компания Яна участвует в 130 электронных аукционах, примерно четверть из которых выигрывает. За последние полгода компания «Офис маркет» на 30 процентов увеличила участие в тендерах. Portal также позволяет расширить географию поставок. А понятный интерфейс, простая система регистрации, работающая как часы техническая служба поддержки, удобный каталогизатор и система фильтров делают этот сервис дружественным даже для людей, ранее не пользовавшихся электронными торговыми площадками.

ВСЕ РЕШАЕТ КОНКУРЕНЦИЯ

В последнее время на portalе выросло количество и заказов, и поставщиков – это следствие увеличения популярности сервиса, уверен Ян Гольдин. Предприниматель радуется этому даже несмотря на то, что из-за выросшей конкуренции понизился процент выигранных тендеров.

– Популярность portalа – это же не только новые поставщики, но и новые заказчики. А, значит, возможность исполнителям контрактов расширить клиентскую базу. В бизнесе все решает конкуренция – и это правильно, –

говорит предприниматель. – Зарегистрироваться на площадке и выиграть тендер может даже новичок, только вчера зарегистрировавшийся как ИП.

В «Офис маркет» не боятся конкуренции, ведь, как отмечает руководитель группы компаний, первые 10 лет они работали на репутацию, а сегодня репутация работает на них. В последние два года успех «Офис маркета» Ян Гольдин связывает именно с развитием portalа поставщиков, и он искренне заинтересован в его продвижении и усовершенствовании.

– Вместе с коллегами я не раз предлагал открыть возможность этой виртуальной площадки и для заказчиков – коммерчес-

ких компаний, чтобы здесь проводили тендеры не только государственные и муниципальные предприятия, но и частный бизнес, – делится проектом основатель «Офис маркета». – Пока этот вопрос находится в стадии обсуждения. А ведь такая возможность помогла бы двустороннему развитию малого бизнеса. С одной стороны, это позволяет расширить клиентскую базу, с другой, в случае, когда малый бизнес сам становится заказчиком, – упростить конкурсные процедуры и бизнес-процессы, связанные с выбором исполнителя работ. Алгоритм проведения тендеров понятен, прост, а победитель определяется в автоматическом режиме, что исключает злоупотребления со стороны организаторов тендера.

– Я горжусь статусом амбассадора и готов прикладывать все усилия, чтобы портал поставщиков стал более востребованным в предпринимательском сообществе, – заключает Ян Гольдин.

Помимо статуса амбассадора portalа поставщиков группа компаний «Офис маркет» удостоена звания «Поставщик Правительства Москвы», соответствующий статус руководству группы компаний в 2014 году присвоил мэр Москвы Сергей Собянин.

20
ПРОЦЕНТОВ
рост клиентов
за счет portalа

**АМБАССАДОРОМ ПОРТАЛА
ПОСТАВЩИКОВ МОЖЕТЕ
СТАТЬ И ВЫ!**
Условия и дополнительная
информация здесь:



Семья Сиу – кондитеры и парфюмеры



АДОЛЬФ И ЭЖЕНИ СИУ

■ 16 фактов из жизни французов, ставших Поставщиками императорского двора

1

25-летний француз Адольф Сиу приехал в Москву в 1953 году по контракту с одной из парфюмерных фабрик. Через два года он решил основать небольшую кондитерскую на Тверской. Хозяйкой заведения стала его жена Эжени.

2

122 рубля 70 копеек - выручка кондитерской Сиу в первый же день. Деньги по тем временам немалые, и успех ей был гарантирован. Всего за несколько лет она превратилось в настоящую фабрику, поставлявшую в рестораны и магазины Москвы торты, пирожные, конфеты, шоколад, разные сорта кофе специальной обжарки, мороженое.

3

В 33 года Адольф Сиу занялся производством парфюмерии, сосредоточившись на элитных сортах. Но все его товары были доступны – принцип коммерческой деятельности Сиу гласил: «Производить высокое качество при низкой цене».

4

Через десять лет к делу присоединились подросшие сыновья Сиу Луи и Шарль и их кузен Арнольд. Они зарегистрировали Торговый Дом «А Сиу и Ко» и решили построить новую образцовую фабрику на Петербургском, а ныне Ленинградском, шоссе.

5

Электрическое освещение - вот чем удивила москвичей новая фабрика Сиу: люди со всей страны, посещая город, приезжали посмотреть на это чудо света и архитектуры - великолепное строение архитектора Оскара Дидио поражаало современников размерами и изяществом фасада.

6

Более 500 лошадиных сил - мощность фабрики, небывалая для той поры. Она была оснащена новейшими на тот момент паровыми, газогенераторными и нефтяными двигателями.

7

Ноу-хау и гордость фабрики - драже с ликером. Здесь также, помимо обычных конфет, выпускались мармелад, пастила, пирожные, мороженое, пряники и варенье. Были даже конфеты, которые специально готовились к утру – они употреблялись только свежими.

8

Поощрять ветеранов производства придумал сам Адольф Сиу: если работница проработала на фабрике 15 лет, ей дарили серебряные часы, а за стаж в 25 лет – золотые.



9

Самая действенная рекламная акция Сиу звучала так: «При покупке 10 фунтов шоколада за раз от 1 рубля дается 1 фунт шоколаду и одна шоколадница для приготовления одного».

10

Для детской аудитории выпускались конфеты с серией вкладышей «Естествознание». В коробках были нехитрые приспособления для химических и физических опытов, картинки с заданиями наподобие современных пазлов, которые нужно было разрезать и складывать.

11

Фирменная сеть магазинов и собственный автопарк - вот чем обзавелся к 1900 году Торговый дом «А. Сиу и Ко». Его торговые точки были открыты в самых людных местах Москвы – на Арбате, Тверской, Ильинке, Кузнецком мосту, Мясницкой.

12

Экспортное направление Сиу развивалось стремительно: представительство сети было открыто в Варшаве, а через Нижегородскую ярмарку ее товары уходили в Персию и Китай. Обороты фабрики только с 1913 по 1916 год вы-



росли вдвое – с 2 миллионов 250 тысяч рублей до 4 миллионов 500 тысяч.

13

Известное и сегодня печенье «Юбилейное» было выпущено «Сиу и Ко» в честь 300-летия Дома Романовых. В этом же, 1913-м году фабрика удостоилась звания «Поставщик двора его Императорского Величества».

14

Сиу много делали для фронта: в годы Первой мировой войны выпускались галеты и шоколад для армейских пайков, одеколоны и гигиенические средства. Продукция широко расходилась и в тылу – она продолжала оставаться доступной по цене.

15

Более 120 разновидностей духов выпускали Сиу к началу XX века. Настоящей сенсацией считались духи «Свежее сено», в которых, соответственно, был воспроизведен аромат свежескошенной травы и полевых цветов, подсыхающих на летнем солнце.

16

В 1924 году фабрика была национализирована и получила новое название – «Большевик».

