

## **УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПКАХ**

Малый бизнес является важным элементом рыночной экономики. Он во многом определяет темпы экономического роста государства, условия повышения эффективности производства, структуру и качество валового внутреннего продукта. От уровня его развития зависит степень монополизации экономики, насыщение рынка товарами и услугами, обеспечение занятости, состояние социального климата в обществе, формирование среднего класса, распространение новых технологий. В настоящее время в промышленно развитых странах к малым и средним относится до 99,9 % всех предприятий. На их долю приходится свыше 30 % капиталовложений, около 50 % общего объема продаж в промышленности, 67 % - в сфере услуг, 90 % - в строительстве и торговле. Субъектами малого бизнеса на Западе создаётся свыше 60 % ВВП и обеспечивается более 70 % числа рабочих мест.

Однако эти данные несопоставимы с показателями, характеризующими состояние малого предпринимательства в России. Последнему, как важнейшему экономическому и социальному сектору российского общества, необходима помощь. В 2004 г. на федеральном уровне было принято решение о возобновлении программ поддержки малого предпринимательства за счет средств федерального бюджета. В федеральном бюджете на 2005 г. предусмотрено 1,5 млрд. руб. на реализацию первоочередных мер по стимулированию роста субъектов малого

предпринимательства и поддержку конкурентоспособных проектов. В рамках данного финансирования предполагается обеспечить эффективное содействие созданию инфраструктурных объектов поддержки малого предпринимательства, ориентированных на поддержку вновь создаваемых субъектов малого предпринимательства, включая формирование на условиях софинансирования сети бизнес-инкубаторов, реализацию специальных программ поддержки конкурентоспособных, экспортно-ориентированных проектов; формирование благоприятных условий и поддержку институтов микрофинансирования; поддержку инновационного малого бизнеса.

Бюджетные средства, таким образом, будут направлены на создание новых предприятий, но необходимо активизировать деятельность уже существующих предприятий малого бизнеса. Одним из средств решения данной проблемы может стать привлечение малых предприятий к поставкам товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд.

К сожалению, данная проблема не нашла широкого освещения в отечественной литературе в силу того, что система прокьюремета в России находится на начальной стадии формирования. Тем не менее в трудах К.А. Перова, В.И. Смирнова, Т.А. Алимовой и других анализируются причины недостаточно активного участия малого предпринимательства в

выполнении государственных и муниципальных контрактов. Среди основных проблем участия малого предпринимательства в конкурсах на право заключения государственных и муниципальных контрактов, связанных с процедурами проведения конкурсов, выделяются следующие:

низкая доступность информации о проведении закупок или их условий (изложенных в конкурсной документации);

высокие, зачастую завышенные, требования к квалификации участников конкурса;

отсутствие преференциальных механизмов для поставщиков-субъектов малого предпринимательства или неясные механизмы реализации этих преференций;

большой объем контракта или его частей, превышающий возможности малого предпринимательства по его поставке (выполнению);

сложность (комплексность) объекта закупки, не позволяющая субъектам малого бизнеса выполнить контракт в полном объеме.

Для устранения этих проблем рекомендуются следующие основные подходы:

предоставление субъектам малого предпринимательства информации об условиях размещения государственного (муниципального) контракта бесплатно или на льготных условиях;

установление специальных требований к квалификации поставщиков-субъектов малого предпринимательства (соотносящихся с размером части государственного или муниципального контракта, передаваемого малому бизнесу);

разработка ясного механизма предоставления ценовых преференций поставщикам-субъектам малого предпринимательства и отражение его в

условиях конкурса (конкурсной документации);

квотирование части государственного или муниципального заказа и его размещение исключительно среди субъектов малого предпринимательства;

выделение в сложной составной продукции простых частей и размещение этой части государственного (муниципального) контракта исключительно среди субъектов малого предпринимательства;

привлечение субъектов малого предпринимательства к выполнению государственного или муниципального контракта на основе субконтрактов (субподряда);

использование специализированных структур, обеспечивающих поставки продукции малых предприятий.

В рамках данной статьи будет рассмотрен лишь ряд аспектов проблемы участия малых предприятий в размещении госзаказа, т.к. автор видит своей целью рассмотрение реализации предложенных подходов и предложение практических рекомендаций для решения проблемы участия малого бизнеса в закупках для государственных и муниципальных нужд.

С точки зрения информационного обеспечения закупочных процедур сейчас в стране существует два вида систем, поддерживающих процессы организации государственных закупок: сайты бумажных изданий, которые изначально были нацелены на публикацию извещений о конкурсах по госзакупкам, и проекты полного профиля, где разработчики пытаются охватить все процедурные моменты конкурсов.

Примером первого подхода может служить сайт бюллетеня «Конкурсные торги». В то время как тираж бумажного издания составляет 3,5 тыс. экземпляров,

число подписчиков сайта перевалило за 60 тыс. Объемный сектор государственных закупок благодаря сайтам бумажных изданий перешел в электронную сферу. Однако их создание и поддержка пока сталкиваются с рядом трудностей. Во-первых, это недоступность параметров конкурса для поисковых машин. Поскольку бумажные версии изданий являются платными, этот же принцип был распространен и на сайты – чтобы получать с них информацию, участники конкурса должны заплатить. В результате, по оценкам экспертов Национальной ассоциации участников электронной торговли, получается довольно неприятная вещь: пользователи Интернета, по разным оценкам, около 70–90% информации получают в ответ на обращение к поисковым системам (Рамблер, Яндекс, Google и т. п.). Поскольку информация на сайтах госзакупок платная, эти поисковые машины не имеют к ней доступа. Соответственно потенциальные участники конкурса могут не получить информацию вовсе. Подписка на конкретные издания и их постоянный мониторинг не всегда удобны. Справедливости ради следует сказать, что «Конкурсные торги» в вечернее время открывают доступ на сайт всем желающим; через пятнадцать дней после выхода очередного номера бюллетеня доступ к его электронной версии становится бесплатным. Тем не менее проблема в целом пока не решена. Как крупные, так и малые фирмы должны нести временные затраты для поиска по сайтам электронных госзакупок информации о заказчиках, нуждающихся в их продукции. Поэтому необходимы специфические концентраторы такой информации.

С точки зрения квотирования части

государственного или муниципального заказа федеральным законом Российской Федерации «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14 июня 1995 г. определено, что государственные заказчики при формировании и размещении заказов и заключении государственных контрактов на закупку и поставки продукции и товаров (услуг) для государственных нужд по видам продукции, отнесенным правительством Российской Федерации, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации к приоритетным, обязаны размещать у субъектов малого предпринимательства не менее 15% от общего объема поставок для государственных нужд данного вида продукции на основе конкурсов на указанные поставки, проводимых между субъектами малого предпринимательства. Однако на федеральном уровне реализация нормативных положений осуществляется весьма слабо.

Более того, как показало исследование Национального института системных исследований проблем предпринимательства, нацеленное на изучение вопроса об участии субъектов малого предпринимательства в выполнении государственных заказов (в ряде регионов страны было проведено анкетирование самих участников малого бизнеса и органов власти), о существовании этого закона знают только 21% опрошенных бизнесменов, остальные не участвуют в конкурсах из-за отсутствия информации о тендерах и заинтересованности участия в них.

Вместе с тем можно привести и следующие данные. В Тульской, Тверской областях, Республиках Коми, Марий Эл, Татарстан разработаны (или разрабатываются) нормативно-правовые

акты и проводится (или декларируется) работа по привлечению малых предприятий к выполнению государственных заказов. В Новгородской области принят нормативный акт о привлечении субъектов малого предпринимательства к обеспечению населения лекарственными средствами.

В Нижегородской области создана система законодательных и нормативных актов органов исполнительной власти и муниципальных органов, предусматривающая обязательную реализацию расходов бюджета области на конкурсной основе с учетом интересов субъектов малого предпринимательства.

Однако в связи с рядом трудностей, прежде всего финансовых, участие малых предприятий в реализации заказов на уровне субъектов Федерации составляет десятки доли процента в стоимостном выражении, а в количественном выражении — это всего лишь несколько предприятий в каждом регионе.

Весьма важным является распространение системы квотирования на уровень субконтрактов по государственным закупкам. В современных условиях многие руководители крупных предприятий осознают необходимость перехода на субконтрактные схемы организации производства. Эффективность внедрения механизма субконтрактных отношений очевидна на примере многих предприятий, причем малые и средние предприятия активно применяют субконтрактные схемы для организации собственного производства. Малые и средние предприятия заинтересованы в сотрудничестве с крупными, многие из них готовы вступать в долгосрочные субконтрактные отношения с крупными сборочными производствами, готовы

осуществлять необходимые изменения. При осуществлении закупок для государственных и муниципальных нужд предполагается, что либо в процедурах закупки участвуют временные объединения крупных поставщиков и субъектов малого бизнеса, либо условия государственного контракта требуют от крупного поставщика привлечения субъектов малого бизнеса в процессе выполнения контракта. В первом случае необходимо, чтобы поставщик, выполняющий головную роль в консорциуме, представил все необходимые сведения о тех поставщиках, с которыми он взаимодействует. Во втором случае государственный заказчик должен уделять внимание процессу выбора генеральным подрядчиком своих субподрядчиков, обеспечивая соблюдение принципов эффективности и экономности, а также равного и справедливого отношения ко всем поставщикам со стороны генерального подрядчика.

Представляется, что в целях повышения заинтересованности крупных фирм в сотрудничестве подобного рода при проведении закупочных компаний следует предусматривать возможности преференций для крупных предприятий, берущих в качестве субподрядчиков малые фирмы.

В феврале 2005 г. на пресс-конференции заместителя министра экономического развития и торговли России А. Шаронова, посвященной проведению Первого всероссийского форума-выставки «Госзаказ-2005», прозвучала мысль, что госзаказ играет в развитии малого бизнеса незначительную роль, поскольку, как правило, по ряду объективных причин (небольшая информационная и финансовая мощность) малым предприятиям сложно

получить госзаказ, особенно по крупным поставкам, причем как государственных заказчиков, так и субъектов естественных монополий. Более уместно для них, считает А. Шаронов, участие в закупках на муниципальном уровне, где объем заказа и его специфика больше подходят для малых предпринимателей.

По нашему мнению, такой подход может снизить и без того небольшую долю малых предприятий на рынке госзакупок. В этой связи следует изучать альтернативные варианты расширения участия малого бизнеса в размещении заказов для государственных и муниципальных нужд. Например, в национальном законодательстве Германии предусмотрено создание условий для участия в конкурсах на выполнение госзаказов малых и средних предприятий. В этом отношении Германия пошла по пути дробления крупных госзаказов на отдельные лоты, а не по пути предложения госзаказа генеральному подрядчику, а через него – субподрядчикам – малым и средним предприятиям. Малому и среднему предприятию выгоднее иметь в качестве контрагента государство, а не крупную фирму. Опыт Германии показывает, что малые и средние предприятия в

состоянии предложить заказчику инновационные решения по приемлемым ценам.

Таким образом, слабое освещение процесса проведения конкурсов, ограниченный доступ малых предприятий к госзаказу (провозглашенная, но не выделяемая доля в виде 15% от общего объема госзаказов) и нечеткость субподрядных отношений предопределяют необходимость использования специальных подходов к формированию условий участия малых предприятий в государственных и муниципальных закупках.

### Литература

1. Агурбаш Н. Система государственной поддержки малого предпринимательства в России. – М., 2000.
2. Мышкин С. Концептуальный малый бизнес // Московский бухгалтер. – 2002. – №2. – С. 14.
3. Перов К.А. Участие малого бизнеса в государственных (муниципальных) закупках: проблемы и пути решения // Вестник Института госзакупок. – 2003. – Осень.