

pISSN 2073-039X
eISSN 2311-8725

Анализ социально-репутационного капитала

ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК: АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИЙ-ПОБЕДИТЕЛЕЙ

Вера Геннадьевна КОГДЕНКО ^{a,*}, Андрей Александрович САНЖАРОВ ^b

^a доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой финансового менеджмента,
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»,
Москва, Российская Федерация
kogdenko7@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9732-1174>
SPIN-код: 5187-2698

^b старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета и аудита,
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»,
Москва, Российская Федерация
andrey_san@list.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8972-9655>
SPIN-код: 1830-3778

* Ответственный автор

История статьи:

Рег. № 199/2020
Получена 08.04.2020
Получена в доработанном
виде 17.04.2020
Одобрена 27.04.2020
Доступна онлайн
28.05.2020

УДК 657.37(075.8)
JEL: L10

Ключевые слова:

государственные закупки,
предквалификационный
отбор, репутация

Аннотация

Предмет. Анализ поставщиков в системе государственных закупок на основе обоснованных параметров предквалификационного отбора.

Цели. Тестирование гипотезы о высоких репутационных характеристиках победителей в системе государственных закупок и развитие методики оценки репутации поставщиков в целях предквалификационного отбора.

Методология. Использованы общенаучные принципы и методы исследования: абстрагирование, обобщение подходов отечественных и зарубежных авторов по вопросам предквалификационного отбора и оценки репутации участников государственных закупок.

Результаты. Протестирована гипотеза о том, что победителями в системе государственных закупок являются организации, обладающие высокими репутационными характеристиками. Для тестирования гипотезы рассчитаны четыре группы показателей по корпоративной, финансовой, рыночной, социальной компонентам репутации. Методика была апробирована на данных, полученных из информационных ресурсов СПАРК-Интерфакс и СПАРК-Маркетинг. Исследовались победители государственных закупок со следующими параметрами: датам начала контракта (с 1 января 2017 г. по 31 декабря 2019 г.), предмету поставки (здания и работы по возведению зданий), региону поставки (Москва), сумме контракта (от 10 млн руб.).

Выводы. Выявлено, что не все репутационные характеристики победителей государственных закупок могут быть признаны высокими. В части корпоративной компоненты – низкий уровень уставного капитала, свидетельствующий о недоверии собственников и их нежелании вкладывать капитал в бизнес; низкий удельный вес внеоборотных активов. В части рыночной компоненты – низкий темп прироста продаж, низкое значение рентабельности продаж. В части финансовой компоненты – низкая капитализация победителей, низкая доля долгосрочного заемного капитала и невысокий кредитный лимит. В части социальной компоненты – уровень налоговой нагрузки, среднее значение которого ниже среднего уровня по исследуемому виду деятельности.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2020

Для цитирования: Когденко В.Г., Санжаров А.А. Исследование системы государственных закупок: анализ организаций-победителей // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2020. – Т. 19, № 5. – С. 860 – 884.
<https://doi.org/10.24891/ea.19.5.860>

Система государственных закупок выступает мощным инструментом перераспределения экономических ресурсов от одних субъектов (плательщики налогов) к другим (победителям в системе государственных закупок). Особую роль приобретает этот инструмент во время кризиса в экономике в условиях глобальной нестабильности и ограниченности ресурсов. Поэтому имеют большое значение анализ и оценка характеристик получателей государственных средств – победителей в системе государственных закупок. Отбор победителей происходит в результате осуществления закупок, однако обоснованность победы участников подвергается экспертами большому сомнению, что отражено во многих публикациях российских исследователей, в частности, О.В. Анчишкиной и авторского коллектива под ее научным руководством¹ [1, 2], И.А. Докукиной², О.Н. Ходасевича, Е.Ю. Шаламовой [3], А.А. Яковлева с соавторами [4], О.Н. Балаевой с соавторами [5], А.А. Бальсевич, Е.А. Подколзиной [6] и др. Особо следует выделить публикации авторского коллектива Центра стратегических разработок³ [1, 2].

Закупки регулируются федеральными законами⁴, которые, по мнению О.В. Анчишкиной, «ориентированы не на эффективность результата, а на соблюдение процедур»⁵. Именно поэтому существуют значительные различия между национальной системой регулирования закупок и модельным законом ЮНСИТРАЛ (Комиссия ООН по праву международной торговли)⁶ о публичных закупках. В частности, национальные правовые акты не предусматривают обязанности предквалификационного отбора поставщиков, важность которого подчеркивается в ЮНСИТРАЛ: «компетентные поставщики (подрядчики) порой неохотно участвуют в процедурах закупок по договорам на крупные суммы, когда затраты на подготовку тендерной заявки, предложения или оферты могут быть слишком большими, если возможности для конкуренции являются слишком широкими и если они сталкиваются с риском вынужденной конкуренции с несерьезными тендерными заявками, предложениями или офертами, представленными неквалифицированными или пользующимися плохой репутацией поставщиками

¹ Анчишкина О.В., Смотрицкая И.И., Бегтин И.В. и др. Госзакупки. Какой должна быть контрактная система? URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/fe2/fe2c37a6682909f32255449ee89830c5.pdf>

² Докукина И.А. Классификация нарушений в сфере государственных закупок, выявленных в процессе государственного финансового контроля проведения закупок // Актуальные вопросы развития современного общества: сборник научных статей IX Международной научно-практической конференции. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. С. 158–161.

³ Анчишкина О.В., Смотрицкая И.И., Бегтин И.В. и др. Госзакупки. Какой должна быть контрактная система? URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/fe2/fe2c37a6682909f32255449ee89830c5.pdf>

⁴ О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ; О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц: Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ.

⁵ Анчишкина О.В., Смотрицкая И.И., Бегтин И.В. и др. Госзакупки. Какой должна быть контрактная система? URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/fe2/fe2c37a6682909f32255449ee89830c5.pdf>

⁶ Типовой закон ЮНСИТРАЛ о закупках товаров (работ) и услуг (принят 15.06.1994).

(подрядчиками)»⁷. Другими словами, отсутствие предквалификационного отбора приводит не к усилению добросовестной конкуренции, а наоборот, к ее ослаблению, поскольку наиболее компетентные поставщики теряют интерес к торгам. Следствием этого, по мнению О.В. Анчишкиной, является то, что «стать в большинстве случаев поставщиком может компания без опыта и ресурсов, необходимых для выполнения контракта»⁸.

Следует отметить, что квалификационный отбор не должен являться критерием оценки поставщиков, а должен иметь отсекающий характер для недобросовестных, некомпетентных и не обладающих ресурсами участников⁹. Однако, предквалификационный отбор может быть и средством отсека неугодных поставщиков при включении в него избыточных требований, которым удовлетворяет только нужный (аффилированный) поставщик. На это указывают как отечественные эксперты, в частности, В.Н. Дубенюк¹⁰, М.В. Островная [7], так и зарубежные, в частности, Tharun Dolla, Boeing Laishram [8], В. Andrlova, J. Korytarova¹¹. Поэтому параметры предквалификационного отбора должны основываться на общедоступных, прозрачных и легко проверяемых критериях оценки репутационных характеристик организаций.

Таким образом, целями обязательного предквалификационного отбора должны стать:

- отсечение недобросовестных поставщиков;
- стимулирование к участию добросовестных поставщиков и расширение границ рынка;
- повышение степени добросовестности конкуренции;
- предотвращение демпинга;
- снижение трудоемкости конкурсных процедур за счет ограничения количества участников;
- экономия государственных средств.

⁷ Типовой закон ЮНСИТРАЛ о закупках товаров (работ) и услуг (принят 15.06.1994).

⁸ Анчишкина О.В., Смотрицкая И.И., Бегтин И.В. и др. Госзакупки. Какой должна быть контрактная система? URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/fe2/fe2c37a6682909f32255449ee89830c5.pdf>

⁹ Дубенюк В.Н. Предварительный квалификационный отбор подрядчиков как фактор обеспечения качества строительства // Новые подходы в экономике и управлении: материалы международной научно-практической конференции (15–16 сентября 2011 г.). Пенза – Прага: Социосфера, 2011. С. 26–31.

¹⁰ Дубенюк В.Н. Предварительный квалификационный отбор подрядчиков как фактор обеспечения качества строительства // Новые подходы в экономике и управлении: материалы международной научно-практической конференции (15–16 сентября 2011 г.). Пенза – Прага: Социосфера, 2011. С. 26–31.

¹¹ Andrlova B., Korytarova J. Effective Hedging of Business Risks via Protective Instruments in Public Works Contracts. 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development – Socio Economic Problems of Sustainable Development. Baku, 14–15 February 2019.

В нашем исследовании тестируется гипотеза о том, что победителями в системе государственных закупок являются организации, обладающие высокими репутационными характеристиками. То есть система государственных закупок осуществляет эффективный отбор поставщиков по существующим правилам, несмотря на отсутствие обязательного предквалификационного отбора.

Следует отметить, что эксперты зачастую формулируют критерии предквалификационного отбора в проекции обеспеченности материальными, трудовыми, финансовыми ресурсами. Такой подход важен, однако категория репутации является более широкой и в большей степени соответствующей поставленной задаче. Кроме того, только наличие ресурсов не гарантирует эффективного исполнения контракта, необходим прошлый опыт и подтвержденная репутация поставщика.

В научной литературе обсуждаются проблемы предквалификационного отбора поставщиков в системе госзакупок, в частности, обоснование критериев отбора представлено в работах А.Ю. Беликова, Е.В. Чепайкиной [9], М.В. Демиденко [10], М.В. Толстовой, Т.М. Лаврик [11], Е.П. Алексеевой [12], Д.Б. Денисова [17]. Для оценки репутационных характеристики применен алгоритм, обоснованный ранее в работе [14] и доработанный с учетом специфики задачи. Этот алгоритм состоит из трех этапов и использует в качестве информационной базы ресурсы СПАРК-Интерфакс и СПАРК-Маркетинг.

Первый этап. Выбор предмета поставки и региона поставки. Выгрузка из базы СПАРК-Маркетинг данных о победителях определенного вида закупок и выгрузка информации об организациях-победителях из базы СПАРК-Интерфакс.

Второй этап. Анализ структуры совокупности поставщиков-победителей по критериям:

- аффилированность между участниками закупок;
- отраслевая принадлежность;
- регион регистрации;
- организационно-правовая форма;
- применяемый налоговый режим;
- дееспособность.

В процессе анализа все полученные характеристики увязываются со стоимостью получаемых заказов.

Третий этап. Оценка репутации победителей по четырем компонентам:

- корпоративная компонента;

- рыночная компонента;
- финансовая компонента;
- социальная компонента.

Ключевым вопросом анализа является обоснование репутационных характеристик для оценки поставщиков, что сделано в разрезе четырех компонент репутации с привязкой к ключевым стейкхолдерам. Особенностью этой методики является то, что сводная таблица по каждой репутационной характеристике включает информацию о сумме контрактов, то есть становится понятным, участники с какими репутационными характеристиками наиболее успешны в получении государственных контрактов. С учетом поставленной цели и доступности данных в информационных ресурсах сформирована система показателей – репутационных характеристик (*табл. 1*).

Состав индикаторов весьма разнообразный, поскольку репутационные характеристики отражают как доверие к организации со стороны различных стейкхолдеров, так и привлекательность организации для них. Например, капитализация организации (величина и доля собственного капитала) свидетельствует о долгосрочности целей владельцев и заинтересованности в развитии бизнеса, наличие кредитного лимита – индикатор доверия финансовых стейкхолдеров – кредиторов. Также индикаторы могут отражать ценность организации, например, рентабельность собственного капитала является индикатором привлекательности организации для финансовых стейкхолдеров. Индикаторы могут отражать уровень определенного признака. Возраст организации характеризует ее опыт. Наличие в реестре недобросовестных поставщиков является признаком негативной репутации. Индикаторы могут быть финансовыми, например, уставный капитал, и нефинансовыми, например, численность сотрудников.

На *первом этапе* была выбрана совокупность из 1 768 контрактов (с использованием информационной системы СПАРК-Маркетинг) со следующими параметрами:

- даты начала контракта – с 1 января 2017 г. по 31 декабря 2019 г. включительно;
- регион поставки – Москва;
- предмет поставки по ОКПД2 – здания и работы по возведению зданий (ОКПД2 41.20). Выбор ОКПД2 вместо ОКВЭД2 был сделан потому, что при определении кода предмета закупки в планах-графиках законодательство требует использовать классификатор ОКПД2 (например, чтобы составить идентификационный код закупки);
- сумма контрактов – от 10 млн руб.;
- средняя стоимость контракта составила 176 млн руб., медиана – 43 млн руб.

Выбранной совокупности контрактов соответствуют 1 007 поставщиков в статусе победителей. Количество контрактов составило 1 716, их суммарная стоимость – 301 565 млн руб. Для справки: всего контрактов взято 1 768, поставщиков – 1 033, но в базе СПАРК-Интерфакс имеются данные только по 1 007 поставщикам из этого списка, соответственно, на них приходится 1 716 контрактов, а не 1 768.

На *втором этапе* были получены следующие характеристики победителей.

Аффилированность – из 1 768 контрактов в 20 случаях (1,13%) имеется высокая степень связи между заказчиком и поставщиком (доля участия в уставном капитале более 25%, общий орган управления), на них приходится 58 370 млн руб. (19,24% всей стоимости контрактов) и в 7 случаях (0,4%) имеется средняя степень связи (связь между возможными родственниками или персонами с совпадающим фамилиями и инициалами), на них приходится 3 234 млн руб. (1,07% всей стоимости контрактов).

Отраслевая принадлежность – из 1 007 поставщиков у 497 (49,4% от общего количества) основной вид деятельности – строительство зданий, у 217 (21,5% от общего количества) – специализированные строительные работы, у 62 (6,2% от общего количества) – архитектура и проектирование. Относительно непрофильных видов деятельности необходимо отметить, что у 59 поставщиков (5,9% от общего количества) основной вид деятельности – оптовая торговля.

Регион регистрации – из общего количества организаций 662 зарегистрированы в Москве, 98 – в Московской области, а остальные 247 – в других регионах России.

Организационно-правовая форма – из 1 007 организаций 924 (91,76% от общего количества) зарегистрированы как общества с ограниченной ответственностью (на них приходится 181 235 млн руб., или 60,1% всей стоимости контрактов), 72 (7,15% от общего количества) – как непубличные акционерные общества (на них приходится 110 647 млн руб., или 36,7% всей стоимости контрактов).

Применяемый налоговый режим – 97 организаций (9,63% от общего количества) применяют упрощенную систему налогообложения (на них приходится 3 861 млн руб., или 1,28% всей стоимости контрактов) и 3 организации (0,3% от общего количества) применяют ЕНВД (на них приходится 252 млн руб., или 0,08% всей стоимости контрактов); у остальных организаций – общая система налогообложения.

Дееспособность – 942 организации (93,55% от общего количества) относятся к числу действующих (на них приходится 284 829 млн руб., или 94,45% всей стоимости контрактов), 26 организаций (2,58% от общего количества) – в состоянии банкротства (на них приходится 10 607 млн руб., или 3,52% всей стоимости контрактов), 10 организаций (0,99% от общего количества) – в процессе ликвидации (на них приходится 1 768 млн руб., или 0,59% всей стоимости контрактов) и 8 организаций (0,79% от общего количества) – в процессе реорганизации (на них приходится 813 млн руб., или 0,27% всей стоимости контрактов). По остальным организациям такие сведения

отсутствуют (21, что составляет 2,09% от общего количества), на них приходится 3 548 млн руб., или 1,18% всей стоимости контрактов соответственно.

На *третьем этапе* были получены следующие характеристики репутации организаций, в разрезе четырех компонент.

Корпоративная компонента. Она отражает репутацию организации у собственников, менеджмента, персонала. Расчеты по соответствующим критериям представлены в табл. 2–6.

Расчеты показывают, что успешными в получении государственных контрактов оказываются организации, чей уставный капитал находится в интервале от 0,01 млн руб. до 0,03 млн руб. Следует отметить, что у 435 организаций (43,2% от общего количества) величина уставного капитала составляет минимальное значение – 10 тыс. руб. (на них приходится 67 301 млн руб., или 22,32% всей стоимости контрактов). Медианное значение уставного капитала составило 13,2 тыс. руб. Все эти характеристики не дают основания для вывода о высоких репутационных характеристиках победителей государственных закупок, поскольку собственники большинства организаций не считают возможным инвестировать в них более, чем 10 тыс. руб., получая при этом от государства контракты на сумму, превышающую 10 млн руб. (в исследуемой совокупности).

Расчеты показывают, что для победы в государственных заказах наличие внеоборотных активов не является критически важным фактором, поскольку 68,67% контрактов по стоимости получают организации, имеющие долю внеоборотных активов до 10%, а медиана показателя составила 0,018, то есть не более 2%. Такая характеристика свидетельствует о невысокой инвестиционной активности организаций, что также является негативной репутационной характеристикой. При этом следует отметить, что в современной экономике меняются подходы к ведению бизнеса, это отчасти объясняет низкие значения показателей. Как отмечают авторы работы [15], повышается мобильность бизнеса во всех аспектах. Это привлечение временного персонала, независимость от материальных активов, использование (аренда) сторонних активов, краудсорсинг, краудфандинг, краудлендинг, краудинвестинг, аутсорсинг. Следствием этих процессов, в частности, является снижение доли внеоборотных активов в валюте баланса.

Численность персонала отражает наличие трудовых ресурсов для выполнения контрактов, с одной стороны, а с другой стороны, численность персонала – это индикатор доверия сотрудников и их желание работать в этом бизнесе.

Как показывают расчеты, на организации, которые по численности персонала отвечают критериям микро- и малого бизнеса приходится почти 50% стоимости размещаемых заказов, медианное значение численности равно 14 чел. Обращает на себя внимание существенная доля предприятий с численностью от 1 до 15 чел., на долю которых

приходится 16,69% стоимости всех контрактов. Также следует отметить, что имеется 248 организаций с численностью от 1 до 5 чел. включительно (24,63% от общего количества), на них приходится 23 726 млн руб., или 7,87% всей стоимости контрактов. Судя по результатам расчетов, система государственных закупок выступает механизмом поддержки развития микро- и малого бизнеса. Однако вызывают сомнения репутационные характеристики микробизнеса, поскольку при наличии репутации он бы расширил свою деятельность по крайней мере до размеров малого.

Как следует из расчетов, организации с крайне низкой производительностью труда (до 1 млн руб. на человека в год) выигрывают 14,64% контрактов по стоимости. Также высока доля организаций с производительностью не крайне низкой, но не превышающей уровня 10 млн руб. на человека в год. Такие организации выигрывают 18,22% контрактов по стоимости. Медианное значение показателя для победителей равно 6,26 млн руб. на человека в год. Доля организаций, имеющих производительность труда свыше 10 млн руб. на человека в год, составила 45,51% в суммарной стоимости контрактов. Необходимо отметить, что наличие исполнительных листов по задолженности перед персоналом выявлено у 11 организаций из 1 007, что свидетельствует об отсутствии существенной задолженности исследуемых организаций по оплате труда.

Значимой характеристикой репутации организации и ее способности выполнять государственные заказы является не только наличие ресурсов, но и их динамика. Анализ темпа роста активов показал, что отношение прироста активов к выручке за 2018 г. характеризуется следующими показателями: отсутствует информация для расчетов у получателей 20,83% суммы контрактов; отрицательный рост активов зафиксирован у получателей 22,63% суммы контрактов; у остальных победителей государственных закупок отмечается положительный рост активов, их доля в совокупной стоимости контрактов составила 56,54%. Похожие выводы получаются при оценке показателя устойчивого темпа роста (отношение прироста нераспределенной прибыли в балансе к стоимости собственного капитала): отсутствует информация для расчетов у организаций, на которые приходится 15% суммы контрактов; отрицательный рост фиксируется у организаций – получателей 25,01% стоимости контрактов; у остальных – положительный темп роста. Таким образом, у значительной части победителей закупок не происходит роста масштабов деятельности, что не позволяет сделать вывод об их высокой репутации.

Еще одной репутационной характеристикой в части корпоративной компоненты является рентабельность собственного капитала. Расчеты показывают, что достойный уровень рентабельности, превышающий требуемую доходность (принята на уровне 10%), фиксируется у 30,64% победителей, у остальных участников она недостаточно высока (7,09%) или отрицательна (45,96%), что свидетельствует о низкой эффективности победителей государственных закупок и несостоятельности бизнеса как такового.

Рыночная компонента. Одна из важнейших характеристик рыночной компоненты репутации организации – это ее прошлый успешный опыт. Для оценки этого параметра использован показатель возраста организаций. При оценке этой характеристики следует отметить, что 236 организаций (23,44% от общего количества) моложе 5 лет (на них приходится 29 083 млн руб., или 9,64% всей стоимости контрактов), 343 организации (34,06% от общего количества) имеют возраст от 5 до 10 лет (на них приходится 73 191 млн руб., или 24,27% всей стоимости контрактов), 203 организации (20,16% от общего количества) имеют возраст от 10 до 15 лет (на них приходится 59 570 млн руб., или 19,75% всей стоимости контрактов) и 104 организации (10,33% от общего количества) имеют возраст от 15 до 20 лет (на них приходится 41 937 млн руб., или 13,91% всей стоимости контрактов). Остальные – это организации старше 20 лет (121, что составляет 12% от общего количества), на которые приходится 97 784 млн руб., или 32,43% всей стоимости контрактов. При этом организации, которые практически не имеют опыта (возраст до 1 года) являются победителями закупок на сумму 840 млн руб. Медианное значение показателя возраста организаций – 8,5 года.

Ключевыми показателями успешности организации на рынке являются ее рыночная доля, динамика и маржинальность продаж. С учетом невозможности расчета рыночной доли оценен показатель выручки (*табл. 7*).

Расчеты показывают, что больше половины контрактов выигрывают организации, выручка которых не превышает 1 млрд руб., то есть совокупность организаций является низко концентрированной, медианное значение выручки составляет 82,01 млн руб. Однако при этом существенную долю контрактов (16,56%) получают организации с выручкой до 10 млн руб., что вряд ли свидетельствует об их высокой репутации и опыте. При этом следует отметить, что в исследуемой совокупности рассматриваются контракты стоимостью, превышающей 10 млн руб.

Результаты оценки динамики выручки представлены в *табл. 8*. Для оценки динамики выручки предпочтительнее использовать показатель долгосрочного темпа роста (CAGR), расчет которого дал приблизительно такие же результаты, только доля организаций, по которым невозможно оценить динамику, заметно выше (20,61%), поэтому в таблице представлена информация о темпах прироста выручки за год. Расчеты показывают, что значительную долю государственных контрактов получают организации, по которым невозможно оценить динамику (12,16% от суммарной стоимости контрактов) или с отрицательной динамикой выручки (30,72 от суммарной стоимости контрактов), что негативно характеризует их рыночную деятельность. Медианное значение темпа прироста выручки составило всего лишь 3,65%, что не характерно для успешного бизнеса.

Для оценки маржинальности продаж рассчитан показатель их рентабельности, результаты представлены в *табл. 9*. Расчеты показывают, что организации, рыночная деятельность которых по рассматриваемому критерию может быть высоко оценена (рентабельность выше 10%), выиграла всего 8,55% контрактов. Большая часть

контрактов (46,33% суммарной стоимости) досталась организациям, рентабельность которых едва превышает нулевую отметку. Следует отметить, что средняя рентабельность продаж в экономике России, по данным Федеральной налоговой службы¹², составляет 12,3%. Представляется, что система государственных закупок должна стимулировать наиболее успешные рентабельные организации, а не выступать инструментом поддержания жизнеспособности неэффективного бизнеса. Медианное значение рентабельности продаж составило 3,78% (среднее значение практически такое же, несущественно выше), в то время как среднее значение по виду экономической деятельности «строительство», по данным Федеральной налоговой службы, достигло 6,1%¹³.

Об активности рыночной деятельности свидетельствует открытость организации, наличие у нее сайта. Анализ показал, что у 297 организаций (29,5% от общего количества) имеется сайт в сети Интернет, на них приходится 194 036 млн руб., или 64,35% всей стоимости контрактов.

Отношения с контрагентами характеризует также доля дебиторской задолженности в активах – при ее существенной величине можно обосновывать вывод о нездоровой структуре баланса и плохой платежной дисциплине контрагентов. Результаты соответствующих расчетов представлены в *табл. 10*.

Результаты расчетов показывают, что на значительную долю организаций, характеризующихся нездоровой структурой баланса (свыше 40% неоплаченных счетов контрагентов), приходится 40,7% суммы государственных контрактов.

Оценка риска должной осмотрительности, рассчитываемого СПАРК-Интерфакс и отражающего вероятность того, что организация является однодневкой, показала, что 71,8% организаций, на которых приходится 91% контрактов, характеризуются низким риском (менее 10), на организации, риск по которым составляет свыше 70, приходится 0,23% суммы всех контрактов. К этому можно добавить, что 87 организаций входят в реестр недобросовестных поставщиков, 14 организаций имеют исполнительные листы по задолженности перед контрагентами. И хотя эти значения невелики относительно исследуемой совокупности, тем не менее они свидетельствуют о том, что организации с однозначно негативными характеристиками могут тем не менее выигрывать государственные контракты.

Финансовая компонента. Для оценки репутации организаций у финансовых стейкхолдеров, а именно кредиторов и акционеров, необходимо оценить наличие собственного капитала и долгосрочного заемного капитала в структуре баланса. Характеристики собственного капитала организаций-победителей представлены в *табл. 11*.

¹² Концепция системы планирования выездных налоговых проверок.
URL: https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/conception_vnp/

¹³ Концепция системы планирования выездных налоговых проверок.
URL: https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/conception_vnp/

Рассчитанные показатели не дают оснований для положительных выводов относительно репутации исследуемых организаций. Более 20% стоимости контрактов выигрывают организации с отрицательным собственным капиталом, еще 25% – с капиталом, не превышающим 10 млн руб. Что касается доли собственного капитала в валюте баланса, то она не превышает 10% у организаций, выигравших 36,9% стоимости контрактов, и свыше 10% – у организаций-победителей (29,56% суммы контрактов). Медианное значение доли собственного капитала составило 13,2%. На основании этих характеристик можно заключить, что собственники организаций-победителей не вполне уверены в будущем своих организаций, поскольку не вкладывают и не оставляют в них значительных средств.

Что касается кредиторов, то они также не проявляют высокой степени доверия к организациям-победителям. Так, доля долгосрочного заемного капитала в инвестированном составляет от 0 до 5% у организаций, на которые приходится 72,79% суммарной величины государственных контрактов. Существенная доля заемного капитала (от 5 до 50%) фиксируется у организаций, выигравших всего 9,71% контрактов в их суммарной стоимости. При этом лишь у 12 организаций из совокупности фиксируется наличие исполнительных листов по задолженности перед банками по кредитам. Анализ величины кредитного лимита позволяет обосновать вывод о возможности в будущем привлекать банковский капитал. Расчеты показывают, что не имеют лимита организации, на которые приходится 47,37% суммы контрактов. На организации, имеющие кредитный лимит от 1 млн руб. приходится 47,59% стоимости государственных контрактов, по остальным организациям лимит составляет до 1 млн руб.

Таким образом, у значительной части победителей не обеспечивается должный уровень кредитоспособности, а это, по мнению Н.Э. Бабичевой, Н.П. Любушина, Р.Ю. Кондратьева [16], создает угрозу непрерывности деятельности экономического субъекта.

В ситуации, когда организации не получают должного финансирования от собственников и долгосрочных кредиторов, в структуре финансирования доминирует кредиторская задолженность (табл. 12).

Расчеты свидетельствуют о нездоровой структуре баланса исследуемых организаций. Так, у организаций, на которые приходится 78,16% суммарной стоимости контрактов, доля кредиторской задолженности превышает 40% валюты баланса. Следует при этом отметить, что в составе кредиторской задолженности могут быть финансовые ресурсы учредителей, которые предпочитают в данном случае предоставлять их в виде коротких ресурсов, а не вкладывать в собственный капитал. Такая высокая доля кредиторской задолженности в структуре финансирования организаций, очевидно приводит к низкой степени ликвидности. Соответствующие расчеты показывают, что высокий уровень коэффициента текущей ликвидности, превышающий 1,5, имеют организации,

выигравшие 5,43% стоимости контрактов. Основная доля победителей (на них приходится 52,84% суммы контрактов) имеют уровень текущей ликвидности от 1 до 1,5.

Социальная компонента. Она отражает репутацию организации для общества и государства. Для такой оценки использованы критерии масштаба бизнеса и налоговой нагрузки. Показатели масштаба организаций представлены в *табл. 13*.

В исследуемой совокупности существенный удельный вес (23%) имеют организации, по которым отсутствует информация, и микропредприятия. В связи с этим следует отметить, что система государственных закупок должна выступать инструментом стимулирования эффективного бизнеса, в том числе малого, который уже подтвердил свою жизнеспособность и высокую репутацию, но не тех организаций, которые не раскрывают информации о себе или не являются состоявшимся бизнесом.

Важнейший аспект социальной репутации – это налоговая нагрузка. Представляется, что организации – победители в системе государственных закупок должны характеризоваться налоговой нагрузкой не ниже средней по стране¹⁴, которая составляет 11% (10,4% для строительства). Данные, представленные в *табл. 14*, не позволяют подтвердить эту гипотезу.

Расчеты показывают, что налоговая нагрузка организаций-победителей не превышает среднюю по России. Так, всего 7,16% суммы контрактов достается организациям, налоговая нагрузка которых превышает 11%. При этом у 29 поставщиков имеется непогашенная задолженность по исполнительным документам по налогам и сборам на сумму более 1 млн руб., 43 организации, по данным Федеральной налоговой службы, отсутствуют по юридическому адресу. Медианное значение налоговой нагрузки составило 4,04%, среднее – 6,9%.

Исследование позволило выявить негативные репутационные характеристики организаций-победителей (*табл. 15*).

Рассчитанные репутационные характеристики организаций – победителей государственных закупок не подтвердили гипотезу о том, что победители характеризуются высокими репутационными характеристиками, поэтому можно сделать вывод о том, что для победы в государственных закупках важнее иные, не репутационные факторы. Среди негативных репутационных характеристик победителей в системе государственных закупок следует отметить:

- в части корпоративной компоненты – низкий уровень уставного капитала, свидетельствующий о недоверии собственников и их нежелании вкладывать капитал в свой бизнес; низкий удельный вес внеоборотных активов, являющийся признаком недостаточной обеспеченности материальными ресурсами, низкой инвестиционной активности; невысокий уровень производительности труда;

¹⁴ Концепция системы планирования выездных налоговых проверок.
URL: https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/conception_vnp/

- в части рыночной компоненты – низкий темп прироста продаж, что свидетельствует о невысокой конкурентоспособности организаций; низкое значение рентабельности продаж, которое существенно ниже среднего значения по виду экономической деятельности «строительство», по данным Федеральной налоговой службы;
- в части финансовой компоненты – низкую капитализацию победителей, что свидетельствует о нежелании собственников не только вкладывать деньги в бизнес, но и оставлять там заработанную прибыль; низкое доверие кредиторов, поскольку доля долгосрочного заемного капитала составляет несущественную долю в финансировании организаций;
- в части социальной компоненты – низкую степень налоговой ответственности, поскольку средний уровень налоговой нагрузки существенно ниже среднего уровня по виду деятельности.

Все представленные данные свидетельствуют о том, что система государственных закупок не осуществляет эффективный отбор победителей и нуждается в совершенствовании в направлении обеспечения выбора и поддержки развития наиболее успешного бизнеса, который может обеспечить рост экономики страны. Для участия в государственных закупках должны привлекаться организации с более высокими (по крайней мере не ниже средних) репутационными характеристиками, для чего необходимы предквалификационный отбор, а также усилия государственных заказчиков по привлечению участников, подтвердивших свою высокую репутацию у ключевых стейкхолдеров.

Таблица 1**Репутационные характеристики поставщиков в системе государственных закупок****Table 1****Reputation characteristics of suppliers in the public procurement system**

Компоненты репутации	Стейкхолдеры	Индикаторы
Корпоративная	Собственники, менеджмент	Уставный капитал. Доля внеоборотных активов в активах. Прирост внеоборотных активов в процентах к выручке. Отношение прироста нераспределенной прибыли к собственному капиталу (устойчивый темп роста). Рентабельность собственного капитала
	Персонал	Численность персонала. Производительность труда. Наличие исполнительных листов по задолженности перед персоналом
Рыночная	Покупатели, поставщики	Возраст организации. Величина выручки. Динамика выручки. Рентабельность продаж. Доля дебиторской задолженности в балансе. Наличие сайта. Наличие исполнительных листов по задолженности перед контрагентами. Уровень риска должной осмотрительности. Наличие в реестре недобросовестных поставщиков
Финансовая	Кредиторы, собственники	Величина и доля собственного капитала. Величина и доля долгосрочного заемного капитала. Кредитный лимит. Наличие исполнительных листов по задолженности перед банками по кредитам. Коэффициент текущей ликвидности
Социальная	Общество	Масштаб бизнеса (микропредприятие, малое, среднее, крупное предприятие)
	Налоговые органы	Налоговая нагрузка. Наличие исполнительных листов по задолженности по налогам и сборам. Наличие в списке организаций, отсутствующих по юридическому адресу по данным Федеральной налоговой службы

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 2**Анализ репутационной характеристики «уставный капитал»****Table 2****Analysis of Authorized Capital reputational characteristics**

Уставный капитал, млн руб.	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Данные отсутствуют	1,39	2,87
0,01–0,03	63,46	29,67
0,03–0,11	13,51	12,8
0,11–10	18,97	33,64
Свыше 10,01	2,68	21,03

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 3****Анализ репутационной характеристики «доля внеоборотных активов в активах баланса»****Table 3****Analysis of Share of Non-current Assets in Balance Sheet Assets reputational characteristics**

Доля внеоборотных активов в активах	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Данные отсутствуют	17,38	13,02
0–0,025	45,98	34,8
0,025–0,1	19,36	20,85
0,1–0,325	14,8	11,75
0,325–0,35	0,5	16,67
Свыше 0,35	1,99	2,9

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 4**Анализ репутационной характеристики «численность персонала»****Table 4****Analysis of *Headcount* reputational characteristics**

Численность персонала, чел.	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Данные отсутствуют	5,86	4,35
1–5	24,63	7,87
6–10	16,29	5,27
11–15	8,34	3,55
16–20	6,55	5,75
21–25	4,57	3,27
26–40	7,45	6,17
41–100	14,4	13,13
Свыше 100	11,92	50,65

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 5****Анализ репутационной характеристики «производительность труда»****Table 5****Analysis of *Labor Productivity* reputational characteristics**

Производительность труда, млн руб.	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Данные отсутствуют	5,86	4,35
0–1	17,28	14,64
1–9	40,52	18,22
9–10	1,99	17,27
10–30	23,54	23,67
Свыше 30	10,82	21,84

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 6**Анализ репутационной характеристики «рентабельность собственного капитала», %****Table 6****Analysis of Return on Equity reputational characteristics, percentage**

Рентабельность собственного капитала	Доля по количеству организаций	Доля по сумме контрактов
Данные отсутствуют	19,46	16,32
Меньше 0	36,54	45,96
0–10	7,05	7,09
10–20	6,06	5,35
Свыше 20	30,88	25,29

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 7****Анализ репутационной характеристики «величина выручки»****Table 7****Analysis of Revenue reputational characteristics**

Выручка, млн руб.	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Менее 10	23,04	16,56
10–1 000	66,04	34,68
1 000–4 000	6,85	12,09
4 000–5 000	0,89	18,25
Свыше 5 000	3,18	18,42

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 8****Анализ репутационной характеристики «динамика выручки», %****Table 8****Analysis of Revenue Pattern reputational characteristics, percentage**

Темп прироста выручки	Доля по количеству организаций	Доля по сумме контрактов
Нет данных	16,88	12,16
Менее 0	40,22	30,72
0–25	10,82	17,37
25–100	17,08	12,77
Свыше 100	15	26,98

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 9**Анализ репутационной характеристики «рентабельность продаж», %****Table 9****Analysis of Return on Sales reputational characteristics, percentage**

Рентабельность продаж	Доля по количеству организаций	Доля по сумме контрактов
Нет данных	19,76	16,58
–50–0	8,04	7,99
0–5	39,92	46,33
5–10	17,18	20,54
Свыше 10	15,09	8,55

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 10****Анализ репутационной характеристики «доля дебиторской задолженности в активах»****Table 10****Analysis of Share of Receivables in Assets reputational characteristics**

Доля дебиторской задолженности в активах	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Нет данных	17,28	13,01
0–0,2	11,72	9,57
0,2–0,4	18,67	36,71
0,4–0,65	29,89	23,19
Свыше 0,65	22,44	17,51

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 11****Анализ репутационной характеристики «величина собственного капитала»****Table 11****Analysis of Equity reputational characteristics**

Величина собственного капитала, млн руб.	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Менее 0	3,67	20,3
0–10	56,41	25,36
10–100	28,6	27,19
Свыше 100	11,32	27,15

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 12**Анализ репутационной характеристики «доля кредиторской задолженности в балансе»****Table 12****Analysis of Share of Payables in Balance Sheet reputational characteristics**

Доля кредиторской задолженности в валюте баланса	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Нет данных	17,28	13,01
0–0,4	19,07	8,84
0,4–0,6	12,61	12,78
0,6–0,8	17,48	20,46
Свыше 0,8	33,57	44,91

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 13****Анализ репутационной характеристики «масштаб бизнеса»****Table 13****Analysis of Scope of Business reputational characteristics**

Размер организации	Доля по количеству организаций, %	Доля по сумме контрактов, %
Нет данных	19,07	15,54
Крупные предприятия	6,95	41,28
Средние предприятия	6,36	11,58
Малые предприятия	29,89	23,14
Микропредприятия	37,74	8,46

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 14****Анализ репутационной характеристики «налоговая нагрузка», %****Table 14****Analysis of Tax Burden reputational characteristics, percentage**

Налоговая нагрузка	Доля по количеству организаций	Доля по сумме контрактов
Нет данных	19,07	15,54
0–1	8,74	15,7
1–5	38,63	45,13
5–11	19,96	16,47
Свыше 11	13,6	7,16

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Таблица 15**Негативные репутационные характеристики организаций – победителей государственных закупок, %****Table 15****Negative reputation characteristics of public procurement winners, percentage**

Компонента	Показатель	Доля по количеству организаций	Доля по сумме контрактов
Корпоративная	Организации с минимальным уставным капиталом (10 000 руб.)	43,2	22,32
	Организации с численностью персонала от 1 до 15 чел.	49,26	16,69
Рыночная	Организации с выручкой до 10 млн руб.	23,04	16,56
	Организации с отрицательным темпом прироста выручки	40,22	30,72
	Организации с рентабельностью продаж ниже, чем в среднем по отрасли (менее 6,1%)	47,96	54,32
	Организации с высокой долей дебиторской задолженности в активах (более 40%)	52,33	40,7
Финансовая	Организации с отрицательной величиной собственного капитала	3,67	20,3
	Организации с высокой долей кредиторской задолженности в валюте баланса (более 40%)	63,66	78,16
Социальная	Организации с налоговой нагрузкой ниже, чем в среднем по отрасли (10,4% на 2018 г.)	47,37	60,83

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Анчишкина О.В. Институциональное своеобразие контрактных отношений в контексте сделок «государство для государства» (G2G) // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2019. № 1. С. 54–69.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnoe-svoeobrazie-kontraktnyh-otnosheniy-v-kontekste-sdelok-gosudarstvo-dlya-gosudarstva-g2g/viewer>
2. Анчишкина О.В. Экономические и правовые особенности контрактных отношений как особого института российской экономики // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2018. № 3. С. 61–77.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-i-pravovye-osobennosti-kontraktnyh-otnosheniy-kak-osobogo-instituta-rossiyskoy-ekonomiki/viewer>
3. Ходасевич О.Н., Шаламова Е.Ю. Коррупция в сфере государственных закупок // Концепт. 2018. № 3. URL: <http://e-koncept.ru/2018/183012.htm>.
4. Яковлев А.А., Ткаченко А.В., Балаева О.Н., Родионова Ю.Д. Российская система госзакупок: закон меняется, проблемы остаются // ЭКО. 2018. № 9. С. 17–38.
URL: <https://ecotrends.ru/index.php/eco/article/view/1659>

5. Балаева О.Н., Яковлев А.А., Родионова Ю.Д., Есаулов Д.М. Трансакционные издержки в сфере госзакупок РФ: оценка на макроуровне на основе микроданных // Журнал институциональных исследований. 2018. Т. 10. № 3. С. 58–84.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transaktsionnye-izderzhki-v-sfere-goszakupok-rf-otsenka-na-makrourovne-na-osnove-mikrodannyh/viewer>
6. Бальсевич А.А., Подколзина Е.А. Причины и последствия низкой конкуренции в государственных закупках в России // Экономический журнал ВШЭ. 2014. № 4. С. 563–585. URL: <https://www.hse.ru/mag/economics/2014-18-4/138996871.html>
7. Островная М.В. Влияние закупочных процедур на рентоориентированное поведение заказчиков и поставщиков: опыт России // Вопросы государственного и муниципального управления. 2015. № 1. С. 69–91.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-zakupochnyh-protsedur-na-rentoorientirovannoe-povedenie-zakazchikov-i-postavschikov-opyt-rossii/viewer>
8. Dolla Tharun, Laishram Boeing. Prequalification in Municipal Solid Waste Management Public-Private Partnerships of India. *Construction Economics and Building*, 2019, vol. 19, iss. 1. URL: <https://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/AJCEB/article/view/6431>
9. Беликов А.Ю., Чепайкина Е.В. Особенности внедрения предквалификационного отбора подрядных организаций в строительстве // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 2. С. 367–369.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vnedreniya-predkvalifikatsionnogo-otbora-podryadnyh-organizatsiy-v-stroitelstve/viewer>
10. Демиденко М.В. Развитие методов оценки эффективности государственных закупок строительной продукции в контексте требований контрактной системы // Вестник гражданских инженеров. 2017. № 2. С. 291–300.
URL: <http://vestnik.spbgasu.ru/sites/files/ru/articles/61/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F41.pdf>
11. Толстова М.В., Лаврик Т.М. Деловая репутация как критерий оценки субъектов предпринимательской деятельности в сфере закупок // Вестник Владимирского юридического института. 2019. № 3. С. 110–114.
URL: <http://www.vui.fsin.su/upload/territory/Vui/vestnik/2019/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%203-2019.pdf>
12. Алексеева Е.П. Формирование основных характеристик репутационного капитала современной российской компании // Психология, социология и педагогика. 2012. № 5. URL: <http://psychology.snauka.ru/2012/05/610>
13. Денисов Д.Б. Международный опыт применения конкурентных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для оборонных нужд // Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Экономика и

управление. 2018. № 3. С. 25–29.

URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/econ/2018/03/2018-03-04.pdf>

14. Когденко В.Г. Исследование системы государственных закупок: анализ недобросовестных поставщиков // *Экономический анализ: теория и практика*. 2020. Т. 19. Вып. 3. С. 430–453. URL: <https://doi.org/10.24891/ea.19.3.430>
15. Исмаил С., Мэлоун М., Ван Геест Ю., Диамандис П. Взрывной рост: Почему экспоненциальные организации в десятки раз продуктивнее вашей (и что с этим делать). М.: Альпина Диджитал, 2014. 237 с.
16. Бабичева Н.Э., Любушин Н.П., Кондратьев Р.Ю. Концепция непрерывности деятельности в оценке кредитоспособности экономических субъектов // *Региональная экономика: теория и практика*. 2018. Т. 16. Вып. 1. С. 18–37. URL: <https://doi.org/10.24891/re.16.1.18>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

RESEARCHING THE PUBLIC PROCUREMENT SYSTEM: AN ANALYSIS OF WINNING ORGANIZATIONS

Vera G. KOGDENKO ^{a,*}, Andrei A. SANZHAROV ^b

^a National Research Nuclear University MEPhI,
Moscow, Russian Federation
kogdenko7@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9732-1174>

^b National Research Nuclear University MEPhI,
Moscow, Russian Federation
andrey_san@list.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8972-9655>

* Corresponding author

Article history:

Article No. 199/2020
Received 8 April 2020
Received in revised form
17 April 2020
Accepted 27 April 2020
Available online
28 May 2020

JEL classification: L10

Keywords: public
procurement, reputation,
prequalification

Abstract

Subject. The article deals with the analysis of suppliers in the public procurement system based on reasonable prequalification parameters.

Objectives. The aim is to test the hypothesis about strong reputation characteristics of the winners in the public procurement system and develop a methodology for assessing the reputation of suppliers for prequalification purposes.

Methods. We employ general scientific principles and methods of research, like abstraction, generalization of approaches used by domestic and foreign authors for prequalification and assessment of reputation of public procurement participants.

Results. To test the hypothesis, we calculated four groups of indicators on corporate, financial, market, and social components of reputation. The methodology was tested on the data obtained from SPARK-Interfax and SPARK-Marketing information resources.

Conclusions. The study revealed that not all reputational characteristics of public procurement winners can be regarded as high level. In terms of the corporate component, it is the low level of share capital, indicating the mistrust on the part of owners and their reluctance to invest in the business, and the low percentage of non-current assets. In terms of the market component, it is a low sales growth rate, as well as low return on sales. As to the financial component, it is a low capitalization of winners, low share of long-term debt capital and low credit limit. With respect to the social component, it is a below-average tax burden.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2020

Please cite this article as: Kogdenko V.G., Sanzharov A.A. Researching the Public Procurement System: An Analysis of Winning Organizations. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2020, vol. 19, iss. 5, pp. 860–884.
<https://doi.org/10.24891/ea.19.5.860>

References

1. Anchishkina O.V. [Institutional Analysis of Contractual Relations in the Context of ‘Government to Government’ (G2G) Transactions]. *ETAP: Ekonomicheskaya Teoriya*,

- Analiz, Praktika* = *ETAP: Economic Theory, Analysis, and Practice*, 2019, no. 1, pp. 54–69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnoe-svoeobrazie-kontraktnyh-otnosheniy-v-kontekste-sdelok-gosudarstvo-dlya-gosudarstva-g2g/viewer> (In Russ.)
2. Anchishkina O.V. [Economic and Legal Features of Contractual Relations as a Special Institution of the Russian Economy]. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiiskoi akademii nauk* = *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*, 2018, no. 3, pp. 61–77. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-i-pravovye-osobennosti-kontraktnyh-otnosheniy-kak-osobogo-instituta-rossiyskoy-ekonomiki/viewer> (In Russ.)
 3. Khodasevich O.N., Shalamova E.Yu. [Corruption in public procurement]. *Koncept*, 2018, no. 3. (In Russ.) URL: <http://e-koncept.ru/2018/183012.htm>
 4. Yakovlev A.A., Tkachenko A.V., Balaeva O.N., Rodionova Yu.D. [Russian system of public procurement: The law is changing, the issues remain]. *EKO* = *ECO*, 2018, no. 9, pp. 17–38. URL: <https://ecotrends.ru/index.php/eco/article/view/1659> (In Russ.)
 5. Balaeva O.N., Yakovlev A.A., Rodionova Yu.D., Esaulov D.M. [Transaction Costs in the Public Procurement in Russia: Macrolevel Assessment Based on Microdata]. *Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy* = *Journal of Institutional Studies*, 2018, vol. 10, no. 3, pp. 58–84. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transaktsionnye-izderzhki-v-sfere-goszakupok-rf-otsenka-na-makrourovne-na-osnove-mikrodannyh/viewer> (In Russ.)
 6. Bal'sevich A.A., Podkolzina E.A. [Causes and Consequences of Low Competition in Russian Public Procurement]. *Ekonomicheskii zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki* = *The HSE Economic Journal*, 2014, no. 4, pp. 563–585. URL: <https://www.hse.ru/mag/economics/2014-18-4/138996871.html> (In Russ.)
 7. Ostrovnaya M.V. [The impact of procurement procedures on rent-seeking of procurers and suppliers: The case of Russia]. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya* = *Public Administration Issues*, 2015, no. 1, pp. 69–91. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-zakupochnyh-protsedur-na-rentoorientirovannoe-povedenie-zakazchikov-i-postavschikov-opyt-rossii/viewer> (In Russ.)
 8. Dolla Tharun, Laishram Boeing. Prequalification in Municipal Solid Waste Management Public-Private Partnerships of India. *Construction Economics and Building*, 2019, vol. 19, iss. 1. URL: <https://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/AJCEB/article/view/6431>
 9. Belikov A.Yu., Chepaikina E.V. [Features of Introduction of Pre-Qualification Selection of Contractors in Construction]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie* = *Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*, 2019, vol. 8, no. 2, pp. 367–369. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vnedreniya-predkvalifikatsionnogo-otbora-podryadnyh-organizatsiy-v-stroitelstve/viewer> (In Russ.)
 10. Demidenko M.V. [Development of methods for assessing the efficiency of public procurement of construction products in the context of the contract system requirements]. *Vestnik grazhdanskikh inzhenerov* = *Bulletin of Civil Engineers*, 2017, no. 2, pp. 291–300.

URL: <http://vestnik.spbgasu.ru/sites/files/ru/articles/61/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F41.pdf> (In Russ.)

11. Tolstova M.V., Lavrik T.M. [Business Reputation as a Criterion of Evaluation of Business Entities in Procurement]. *Vestnik Vladimirskogo yuridicheskogo instituta = Bulletin of Vladimir Law Institute*, 2019, no. 3, pp. 110–114.
URL: <http://www.vui.fsin.su/upload/territory/Vui/vestnik/2019/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%203-2019.pdf> (In Russ.)
12. Alekseeva E.P. [Forming the main characteristics of reputation capital of a modern Russian company]. *Psikhologiya, sotsiologiya i pedagogika*, 2012, no. 5. (In Russ.)
URL: <http://psychology.snauka.ru/2012/05/610>
13. Denisov D.B. [International experience of applying the competitive methods of determination of suppliers (contractors, performers) for defense purposes]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Ekonomika i upravlenie = Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management*, 2018, no. 3, pp. 25–29. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/econ/2018/03/2018-03-04.pdf> (In Russ.)
14. Kogdenko V.G. [Researching the public procurement system: An analysis of unscrupulous suppliers]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2020, vol. 19, iss. 3, pp. 430–453. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24891/ea.19.3.430>
15. Ismail S., Malone M., Van Geest Yu., Diamandis P.H. *Vzryvnoi rost: Pochemu eksponentsial'nye organizatsii v desyatki raz produktivnee vashei (i chto s etim delat')* [Exponential Organizations: Why New Organizations are Ten Times Better, Faster, and Cheaper Than Yours (and What To Do about It)]. Moscow, Al'pina Didzhital Publ., 2014, 237 p.
16. Babicheva N.E., Lyubushin N.P., Kondrat'ev R.Yu. [The going concern concept in the assessment of creditworthiness of economic entities]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economics: Theory and Practice*, 2018, vol. 16, iss. 1, pp. 18–37. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.24891/re.16.1.18>

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.