

О Р Г А Н И З А Т О Р :



РАЭКС-АНАЛИТИКА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ПАРТНЁР:



ЭТП ГПБ

Электронная торговая площадка
Группа Газпромбанка

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПАРТНЁР:



РОСЭЛТОРГ

ПАРТНЁР:



ТЭК-Торг

Федеральная электронная площадка

П р и у ч а с т и и :



СБЕР А



isource

**АБСОЛЮТ
БАНК**



НЭП



Фабрикант

Контур

Аналитические материалы

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ В РОССИИ



содержание

| | |
|--|-----------|
| Методика | 4 |
| Электронный рынок B2B: накануне испытаний | 6 |
| Взаимодействие заказчиков и ЭТП: закрепление пройденного | 13 |
| Электронные торги имуществом компаний: точка роста | 17 |
| Рейтинг качества услуг ЭТП по оценкам крупнейших заказчиков | 19 |
| ИНТЕРВЬЮ | |
| Михаил Константинов, исполнительный вице-президент Газпромбанка, генеральный директор Электронной торговой площадки Газпромбанка: «ЭТП ГПБ – сервисное бюро для заказчиков любого уровня» | 26 |
| Антон Киценко, заместитель генерального директора АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»): «Мы будем предлагать решения для импортозамещения» | 29 |
| Дмитрий Сытин, генеральный директор ЭТП «ТЭК-Торг»: «Площадки должны перестроиться и предложить заказчикам и поставщикам сервисы, которые соответствуют текущей ситуации» | 35 |
| Александр Гуров, директор ЭТП ONLINECONTRACT: «ЭТП остаются новаторами в разработке новых технологий в области закупочной деятельности» | 42 |

Обзор «Электронные торговые площадки в России: накануне испытаний» подготовили:

Дмитрий Миндич, директор исследовательских проектов,
Дмитрий Кабалинский, заместитель генерального директора



Резюме

Испытания, связанные с изоляцией российской экономики, настигли российский рынок межкорпоративной электронной торговли, когда он находился на взлете. По итогам 2021 года рынок не только отыграл падение «ковидного» 2020 года, но и вышел на траекторию стабильного роста. Созданная за последние 10 лет развитая инфраструктура электронной торговли и глубокая цифровизация корпоративных закупок в России окажет в ближайшем будущем существенную поддержку отечественной экономике в целом.

Электронный рынок B2B безболезненно пережил спад, связанный с пандемией. По итогам 2020 года средние объемы в сегменте закупок крупнейших корпоративных заказчиков снизились всего на 5,6% к уровню предыдущего года. Это падение было отыграно уже в первом полугодии 2021 года, а к концу года рынок вышел на траекторию стабильного роста: по оценкам операторов ЭТП, по итогам 12 месяцев динамика объемов рынка составила 20–25%.

Ключевой фактор органического роста рынка – рост проникновения услуг ЭТП в незанятые сегменты межкорпоративной торговли, а также увеличение интенсив-

ности применения электронных закупок заказчиками. Рост проникновения услуг ЭТП в сегменте закупок крупнейших компаний был обеспечен в основном заказчиками из негосударственного сектора, поскольку в регулируемом сегменте рынок уже давно достиг насыщения. Доля негосударственных компаний, использующих электронные закупки, в 2021 году выросла на 8 пп., до 88%. При этом доля респондентов, проводящих на ЭТП более 80% своих закупок, превысила 78%.

Оборот электронного рынка в сегменте нерегламентированных закупок малого объема компаний-субъектов регулирования 223-ФЗ растет опережающими темпами.

По итогам первого полугодия 2021 года средние объемы таких закупок выросли на 15,6%. Доля малых закупок в общем объеме закупок опрошенных заказчиков за год удвоилась, однако до сих пор не превышает 1%. Тем не менее, этот сегмент рынка для операторов ЭТП остается одним из наиболее перспективных, как с точки зрения потенциала роста, так и с точки зрения развития принципиально новых сервисов.

2021 год закрепил достижения «ковидного» 2020 года с точки зрения развития конкурентной среды на российском межкорпоративном электронном рынке. Среднее количество участников электронных закупок среди опрошенных компаний в 2021 году по сравнению с предыдущим годом незначительно выросло – с 4,7 до 4,8. Также незначительную позитивную динамику демонстрировали средние оценки респондентами отдельных аспектов качества услуг ЭТП, непосредственно характеризующих уровень конкуренции в закупочных процедурах и эффективность проводимых электронных закупок.

Мониторинг контрагентов и проводимых закупок, автоматизация и цифровизация закупочных процедур и прямых закупок, аналитическое сопровождение закупок и подготовка отчетности, закупочный маркетинг. Именно в этих областях, по мнению операторов, ЭТП могут наиболее эффективно способствовать цифровой трансформации закупочной деятельности своих крупнейших корпоративных клиентов.

Цифровизация торгов имуществом компаний находится на начальной стадии, и в этом сегменте сохраняется значительный потенциал для роста и развития новых сервисов ЭТП. Электронные торги имуществом компаний по состоянию на конец 2021 года составляли не более 8% совокупного оборота торгов, проводимых на крупнейших ЭТП, а выручка от предоставления услуг по проведению такого рода торгов в среднем не превышала 4% их совокупной выручки. При этом в первом полугодии 2021 года по сравнению с аналогичным периодом 2020 года средние объемы проведенных опрошенными компаниями торгов имуществом выросли на 36%.



Методика

Исследование основывается на данных опроса и анкетирования компаний, вошедших в 2020 году в рейтинг 600 крупнейших по размеру выручки компаний России RAEX-600¹, информации о результатах закупок компаний на крупнейших ЭТП, опубликованной в открытых источниках, данных анкетирования операторов ЭТП, а также углубленных интервью с руководителями операторов ЭТП. В рамках подготовки обзора было опрошено 242 компании, из которых анкеты заполнили 129. Еще 113 компаний либо отказались от предоставления подробных анкетных данных, либо заявили о том, что не пользуются закупками в электронной форме.

Совокупная стоимость договоров, заключенных респондентами в 2020 году по результатам закупок в электронной форме — 5 725 млрд рублей.

На вопросы анкеты исследования ответили следующие операторы ЭТП:

- АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center);
- АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»);
- АО «ТЭК-Торг»;
- ООО ЭТП ГПБ;
- АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А);
- ООО «МХ 1» (ЭТП ONLINECONTRACT).

Оценки качества услуг электронных торговых площадок и построенные на основании их рейтинги являются мнением RAEX (ООО «РАЭК-Аналитика»), отражающим средние взвешенные оценки участников анкетирования. Для определения средней взвешенной оценки качества услуг ЭТП использовались оценки компаний, заявивших в ходе анкетирования о наличии опыта сотрудничества с данными ЭТП для проведения закупок, в том числе в ходе проведения тестовых торгов. При этом респондент мог поставить оценки любому количеству ЭТП, опытом сотрудничества с которыми в качестве заказчика он обладает.

Оценки, данные дочерними и зависимыми обществами холдингов, чья выручка в 2020 году превышала минимальный размер выручки участников рейтинга RAEX-600, учитывались наравне с оценками, данными их материнскими компаниями, даже в тех случаях, когда в рейтинг RAEX-600 была включена только материнская компания — на основании данных консолидированной отчетности.

Для определения средней взвешенной оценки отдельных аспектов качества услуг конкретной ЭТП использовались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В публикуемые в данном исследовании рейтинги были включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем

¹ В 2021 году в итоговый рейтинг RAEX-600 вошли компании, выручка которых в 2020 году превысила 24,6 млрд рублей.

в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

Средние взвешенные оценки качества услуг электронных торговых площадок, а также отдельных аспектов качества услуг ЭТП, данные заполнившими анкеты респондентами, рассчитывались по формуле:

$$\bar{x} = \sqrt{\frac{\sum_{i=0}^n x_i^2 f_i}{\sum_{i=0}^n f_i}} \quad (1),$$

где:

\bar{x} — средневзвешенный балл;

x_i — значение i -го балла, поставленного респондентом по 10-балльной шкале;

f_i — частота, с которой i -й балл встречается в ряду оценок (статистический вес балла).

Рейтинг качества услуг ЭТП по оценкам крупнейших корпоративных заказчиков в сегменте проведения закупок малого объема составлялся в соответствии с аналогичной методологией на основе оценок участвовавших в анкетировании компаний.

Углубленные интервью были проведены со следующими спикерами:

Андреевым Николаем Юрьевичем, генеральным директором Сбер А (АО «Сбербанк-АСТ»);

Гуровым Александром Андреевичем, директором ЭТП ONLINECONTRACT;

Киценко Антоном Сергеевичем, заместителем генерального директора АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»);

Константиновым Михаилом Юрьевичем, исполнительным вице-президентом Газпромбанка, генеральным директором Электронной торговой площадки Газпромбанка;

Сытиным Дмитрием Анатольевичем, генеральным директором ЭТП «ТЭК-Торг».

Выражаем признательность всем партнерам и спикерам за интерес, проявленный к нашему исследованию.



Электронный рынок B2B: накануне

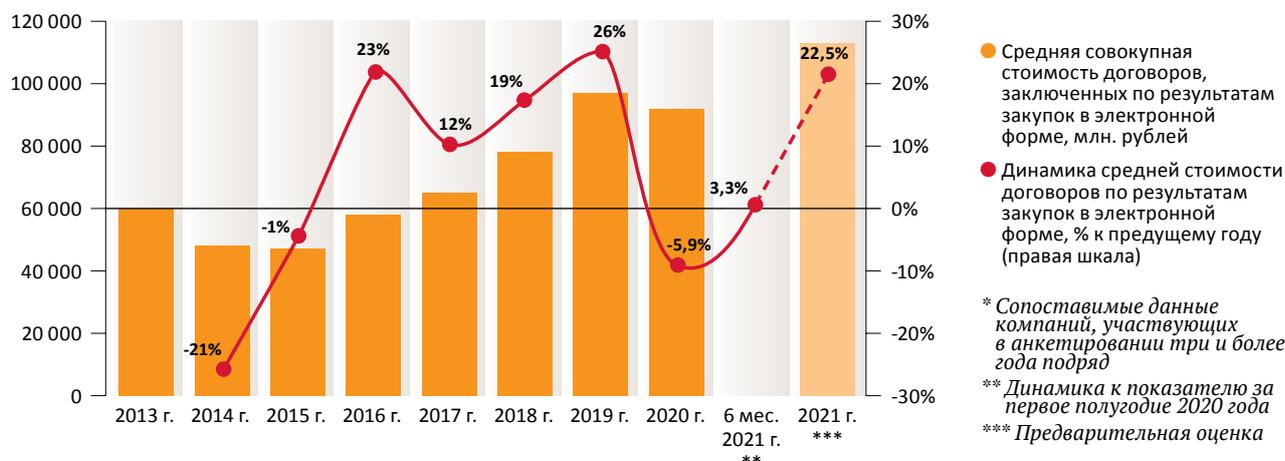
Межкорпоративный рынок электронной торговли пережил «ковидный» 2020 год с минимальными потерями. По сопоставимым данным опрошенных компаний², средние объемы электронных закупок по его итогам снизились всего на 5,9% к уровню предыдущего года. Уже по итогам первого полугодия 2021 года средний прирост объемов электронных закупок составил 5,2% (к аналогичному периоду 2020 года). А во втором полугодии 2021 года, по оценкам опро-

шенных операторов ЭТП, восстановление рынка продолжилось ускоренными темпами – согласно консенсусной оценке, по итогам года прирост совокупных объемов рынка находился в диапазоне 20–25% (*график 1*).

«Актуальными были поддержка импортозамещения малого и среднего бизнеса – где брать российских поставщиков и как обеспечить установленный уровень участия СМП в торгах. Можно отметить, что участники стали чаще переходить с «самодельных» площадок на ото-

График 1

В 2021 году межкорпоративный электронный рынок полностью отыграл падение «ковидного» 2020 года



Источник: RAEX («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний и опроса операторов ЭТП.

² Данные 34 компаний, заполнивших анкеты в 2019–2021 годах, совокупный объем заключенных по результатам закупок в электронной форме договоров которых в 2020 году составил 3 338,6 млрд рублей. Из расчета динамических показателей исключены данные о закупочной деятельности ПАО НК «Роснефть» и ее ДЗО, поскольку объем проводимых этой компанией закупок в электронной форме сопоставим с совокупным объемом закупок в электронной форме прочих респондентов, принявших участие в анкетировании.

бренные Правительством РФ. Также нарастает тренд на интеграцию: ЭТП стали частью цифровой инфраструктуры, поскольку крупные и средние клиенты активно работают именно в этом направлении. Усилилась работа в части централизации по 223-ФЗ в регионах, выросла популярность функционала для закупок малого объема за счет понятных и удобных технологий. Растет доля электронных имущественных торгов на отобранных Правительством РФ площадках, а в прошлое уходят «молоточные» и бумажные конкурсные процедуры. Клиенты 223-ФЗ стали интересоваться универсальной формой банковской гарантии и внедрением цифровых процедур в свои закупки», – комментирует **Николай Андреев**, генеральный директор Сбер А.

Согласно данным анкетирования, в 2020 году вновь проявилась тенденция, которая наблюдалась в прежние «сложные» для электронного рынка времена: опережающий рост количества проведенных процедур закупки относительно динамики их совокупного объема (**график 2**). На фоне снижения средних объемов закупок среднее количество проведенных закупочных процедур выросло в 2020 году на 25,6%, что привело к значительному снижению средней стоимости одного договора, заключенного по результатам проведения закупок. Этот показатель по итогам 2020 года снизился до уровня 2015 года.

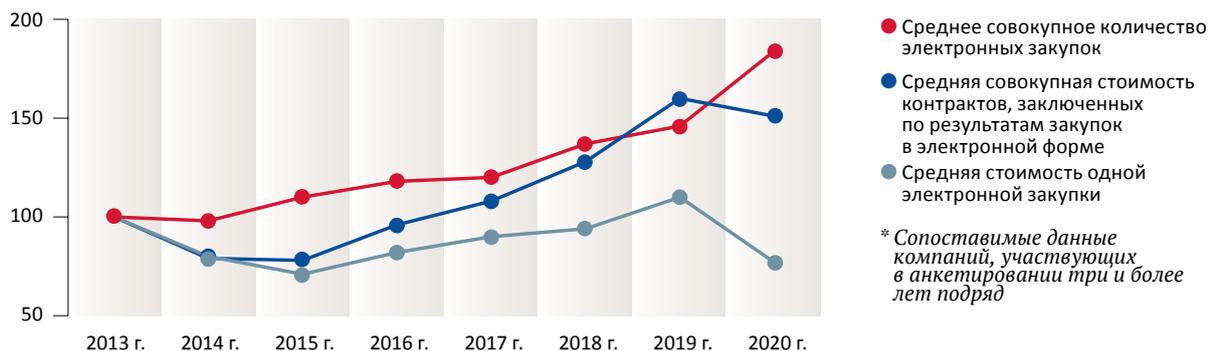
Это косвенно свидетельствует о том, что сокращение совокупных объемов закупок на фоне пандемии произошло за счет снижения их объемов и удешевления, а не изменения структуры их номенклатуры. Похожее поведение заказчики демонстрировали и в 2014 году. Уместно предположить, что первая реакция российских заказчиков на кризис, вызванный изоляцией российской экономики в феврале-марте 2022 года, будет аналогичной.

Помимо адаптации компаний к ограничениям, вызванным пандемией, и нормализации их закупочной деятельности, реализации отложенного в связи с ковидными ограничениями спроса, как и в предыдущие два года, в 2020–2021 годах ключевым фактором роста рынка в рассматриваемом сегменте закупок крупнейших российских компаний стал продолжающийся процесс дальнейшей цифровизации закупок. Этот процесс выразился как в росте проникновения услуг ЭТП в немногочисленные незанятые ниши рынка B2B, так и в повышении интенсивности использования электронных закупок компаниями. В целом для наблюдателя 2021 год оказался беден на драматические события – никакие принципиально новые тенденции в этот период себя не проявили.

Клиентская база активных заказчиков ЭТП в 2021 году динамично росла: по оценкам опрошенных операторов, в 2021 году в среднем у участников рынка ее прирост

График 2

На фоне связанных с пандемией ограничений отмечалось снижение средней стоимости одной закупки
(динамика показателей к уровню 2013 года, процентов)*



Источник: RAEX («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний



составил 36%. Тем не менее, в основном речь идет об относительно некрупных компаниях, которые пока остаются вне фокуса этого исследования и которые могли оказать ограниченное влияние на динамику совокупного объема межкорпоративного электронного рынка в целом.

Освоение операторами ЭТП немногочисленных оставшихся незанятыми ниш в сегменте закупок крупнейших корпоративных заказчиков в 2021 году незначительно ускорилося (*график 3*), что, по-видимому, было связано с продолжающимся стимулирующим эффектом ограничений, вызванных пандемией. Как это неоднократно отмечалось операторами ЭТП и участниками межкорпоративного рынка, в том числе в рамках VIII ежегодной конференции RAEX «ЭТП в России», пандемия стала мощным стимулом как для цифровизации закупочных бизнес-процессов компаний, так и для расширения их сотрудничества с операторами электронного документооборота и ЭТП.³

График 3

Темпы прироста доли заказчиков, внедривших электронные закупки, остаются стабильно низкими
(доля в общем количестве участников опроса и анкетирования компаний, %)



Источник: RAEX («РАЭСК-Аналитика») по данным анкетирования компаний

При этом доля внедривших электронные закупки заказчиков из числа наиболее крупных компаний России увеличилась в 2021 году на 6% по сравнению с 2% (данные сплошного обследования топ-200 компаний России по объему выручки).

На протяжении последних трех лет потенциал увеличения количества участников электронного рынка за счет вовлечения в него крупнейших заказчиков сохранялся исключительно в негосударственном секторе (закупок частных и иностранных компаний). Именно эта категория заказчиков и обеспечила значительный рост проникновения электронных закупок в сегменте крупнейших компаний России в 2021 году. Доля таких компаний в 2021 году заметно выросла – до 88% с 81% годом ранее (*график 5*).

По сути, среди наиболее крупных российских компаний вне межкорпоративного электронного рынка к началу 2022 года оста-

График 4

Пандемия стимулировала внедрение электронных закупок крупнейшими корпоративными заказчиком
(доля в общей численности корпоративных заказчиков, входящих в топ-200 рейтинга RAEX-600, %)



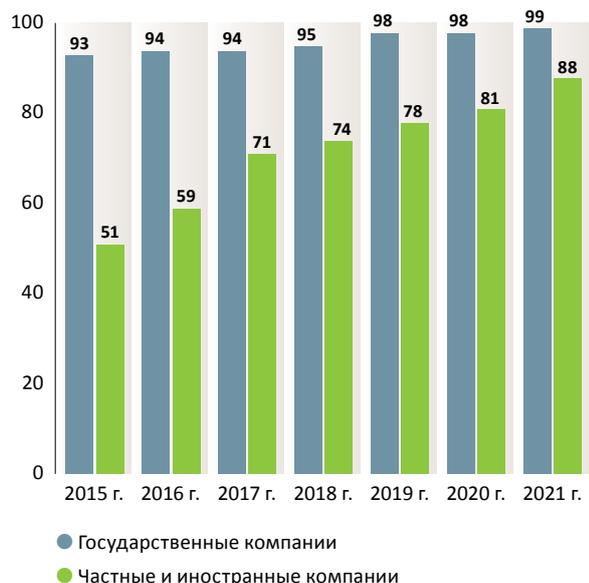
Источник: RAEX («РАЭСК-Аналитика»)

³ Материалы VIII ежегодной конференции «ЭТП в России: кто есть кто»: <https://raex-a.ru/project/etp/2021/resume>.

График 5

Доля негосударственных компаний, внедривших электронные закупки, заметно выросла в 2021 году

(доля компаний, вошедших в топ-200 РАЕХ-600 в 2019 году, использующих электронные закупки, %)



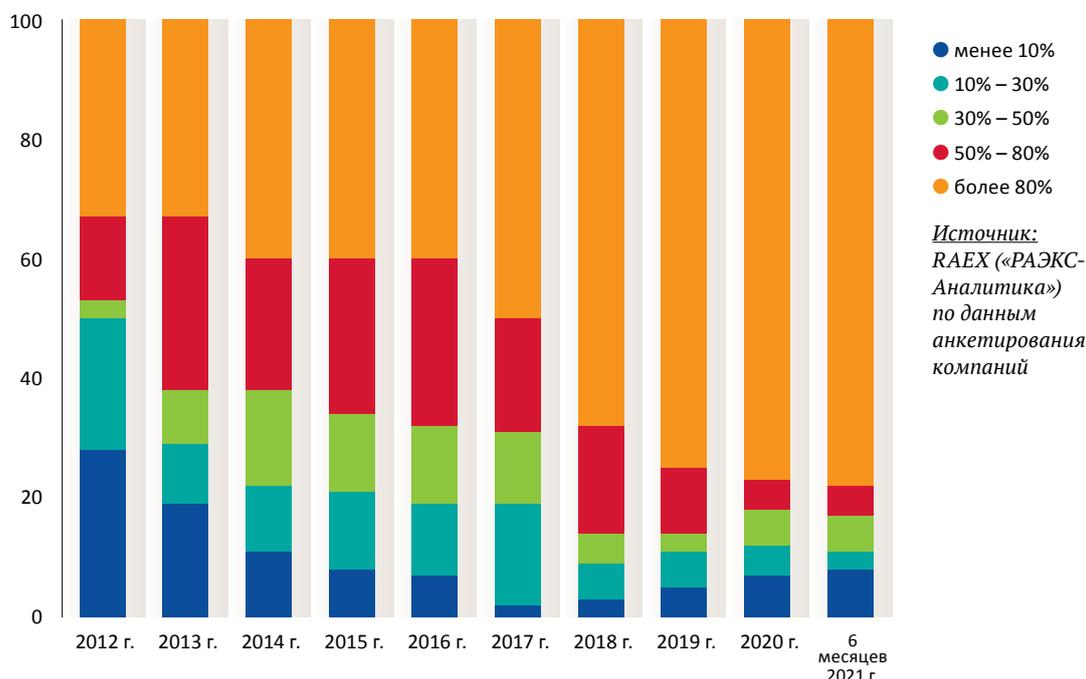
Источник: РАЕХ («РАЭК-Аналитика»)

лись лишь немногочисленные «идейные консерваторы» из числа компаний добывающей промышленности и строительства (таковых оказалось всего полдесятка), а также компании оптовой торговли и дистрибьюторы, являющиеся крупным бизнесом с точки зрения оборота, но никак не с точки зрения объемов проводимых закупок.

«Сохраняющиеся ограничения и резкий рост цен на большинство закупочных позиций отразились не только на заказчиках, работающих в соответствии с федеральным законодательством, но и на частном бизнесе, - отмечает **Антон Киценко**, заместитель генерального директора АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»). - Мы наблюдаем возросший интерес и нарастающий тренд по использованию электронных площадок для проведения закупок именно среди коммерческих компаний. Так, в торговой платформе «Росэлторг. Бизнес», которая была запущена нами в 2020 году для оптимизации закупочных процессов в соответствии с реаль-

График 6

Более половины закупок в электронной форме проводят 83% опрошенных компаний
(доля в общей численности респондентов, %)



Источник: РАЕХ («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний



ными потребностями частного рынка, в 2021 произошел трехкратный прирост показателей по количеству новых аккредитованных заказчиков и опубликованным лотам».

Данные анкетирования 2021 года подтвердили отмеченную годом ранее тенденцию: наиболее важным фактором, обеспечивающим рост объемов электронного рынка в сегменте закупок крупнейших корпоративных заказчиков, в настоящее время является дальнейшее развитие цифровизации закупок компаний, которые уже используют электронные закупки (*график 6*). По итогам первого полугодия 2021 года доля респондентов, проводящих на ЭТП более 80% своих закупок, превысила

78% (на 3 п.п. больше, чем в 2019 году), а более половины – 83% респондентов.

Характерно также наметившееся расщепление опрошенных заказчиков по этому показателю – одновременно выросла и доля компаний, которые проводили в электронной форме менее 10%. Данные по итогам первого полугодия 2021 года демонстрируют аналогичную картину. За редкими исключениями, когда сохранение «бумажных» процедур было обусловлено спецификой деятельности заказчика (например, компании аэрокосмической отрасли), в основном в эту группу вошли компании, внедрившие электронные закупки относительно недавно (в течение последнего года-двух). Компании, обладающие более солидным опытом проведения закупок на электронном рынке, или совсем отказываются от проведения неэлектронных закупок, или близки к этому.

В целом средняя доля закупок, проводимых респондентами в электронной форме в 2020 году, выросла до 83% по сравнению с 77% и 81% в 2018 и 2019 годах соответственно. При этом этот показатель по итогам первого полугодия 2021 года практически не изменился. Тем не менее, поскольку речь идет о среднем значении, медленный рост этого показателя обусловлен не достижением какого-либо естественного «потолка» цифровизации закупок крупных заказчиков, а притоком на электронный рынок крупных компаний-новичков, которые находятся в самом начале этого пути.

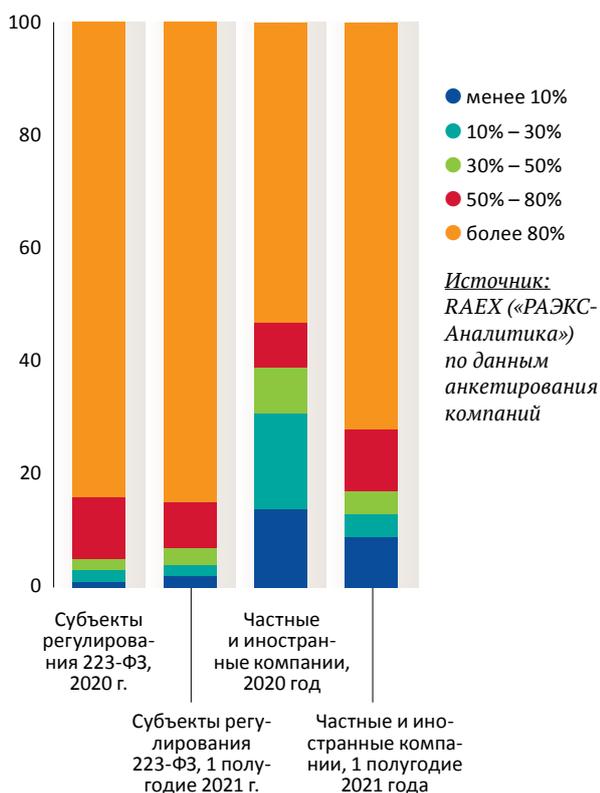
Важно, что по показателю средней доли проводимых в электронной форме закупок крупнейшие негосударственные заказчики почти догнали коллег, являющихся субъектами регулирования 223-ФЗ (80% и 88% в среднем по итогам 6 месяцев 2021 года соответственно, *график 7*).

Отчасти эти изменения связаны со структурой выборки, на основании которой проводится анализ, поскольку каждый год состав участников анкетирования претерпевает определенные изменения. Тем не менее, общая картина очевидна – сохраняющийся потенциал роста оборота межкорпоративного электронного рынка за счет повышения

График 7

Частные компании приблизились к заказчикам-субъектам регулирования 223-ФЗ по интенсивности использования электронных закупок

(распределение по интенсивности использования электронных закупок, доля в общей численности респондентов, %)



интенсивности применения электронных закупок в его нерегулируемом сегменте (закупки частных и иностранных компаний) к настоящему времени в основном исчерпан.

Как это неоднократно отмечалось операторами ЭТП и ключевыми участниками рынка, одним из факторов, «маскирующих» реальную динамику объемов закупок в регулируемом сегменте (по 223-ФЗ), является опережающий рост объемов нерегулируемых закупок. По сути, нерегулируемые закупки малого объема (для участников исследования — это закупки объемом менее 500 тыс. рублей) для многих заказчиков-субъектов регулирования 223-ФЗ стали инструментом для смягчения чрезмерно жесткой регулятивной среды.

Данные анкетирования 2021 года позволяют дать обоснованную оценку масштаба этого явления (*график 8*). Сопоставимые данные об объемах нерегулируемых закупок малого объема за 6 месяцев 2020 и 2021 года подтверждают: этот сегмент растет опережающими темпами по сравнению с совокупным объемом закупок опрошенных

компаний-субъектов регулирования 223-ФЗ – 15,6% по сравнению с 6% прироста средних объемов регламентированных закупок тех же компаний за аналогичный период.

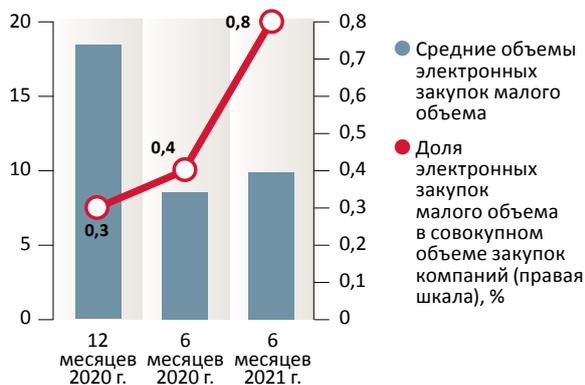
По итогам первого полугодия 2021 года доля таких закупок выросла почти вдвое, однако их абсолютный объем остается пока весьма незначительным. Несмотря на то, что средняя доля закупок малого объема в совокупном объеме закупок респондентов по итогам первого полугодия 2021 года выросла вдвое по сравнению с аналогичным периодом 2020 года, она все еще составляет менее 1%. Вместе с тем, высокие темпы роста в этом сегменте электронного рынка лишний раз убеждают в том, что развитие сервисов для проведения прямых закупок, интернет-магазинов и маркетплейсов B2B являются одним из наиболее перспективных направлений развития бизнеса ЭТП.

Тезис, что этот сегмент рынка услуг ЭТП остается динамичным и высококонкурентным, подтверждается тем обстоятельством, что заметная доля компаний предпочитает проводить регламентированные закупки и закупки малого объема на разных площадках. Среди всех респондентов этого исследования такие заказчики составляют абсолютное меньшинство – всего 12,8%, однако, если исключить из расчетов данные дочерних и зависимых компаний крупных холдингов, которые, по объективным причинам, зачастую ограничены в выборе оператора ЭТП, то окажется, что почти каждый четвертый заказчик использует для проведения малых закупок площадку, отличную от основной ЭТП, на которой он проводит большую часть регламентированных закупок (*график 9*).

«У заказчиков пока нет единого подхода к таким закупкам. Кто-то закупает так же, как и большие закупки, а кто-то продолжает пользоваться магазином. Существующие маркетплейсы вынуждены подстраиваться под эту ситуацию. И пока нет на рынке такой силы, которая могла бы это упорядочить. Тут два варианта решения: либо малые закупки госкомпаний будут регулироваться на законодательном уровне, либо будут

График 8

Объем нерегулируемых закупок малого объема динамично растут, однако их средняя доля пока в совокупном объеме закупок компаний не превышает 1%
(млн. рублей, %)



Источник: РАЭК («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний



График 9

Большинство заказчиков используют для проведения регламентированных закупок и закупок малого объема одни и те же ЭТП (%)



Источник: по данным анкетирования компаний

укрупняться маркетплейсы, и заказчики будут действовать по этим правилам», – полагает **Дмитрий Сытин**, генеральный директор ЭТП «ТЭК-Торг».

В то же время, по данным опроса операторов ЭТП, постепенно сглаживается сегментация электронного межкорпоративного рынка, которая возникла как следствие реформы госрегулирования корпоративных закупок 2017–2019 годов. Это происходит как за счет консолидации рынка услуг ЭТП (2021 год ознаменовался первыми крупными сделками слияния-поглощения на нем), так и планомерной экспансии отобранных по итогам реформы универсальных ЭТП в коммерческий (нерегулируемый) сегмент корпоративных закупок. В частности, согласно данным опроса операторов ЭТП, по итогам 2021 года продолжилась тенденция, отмеченная нами год назад: средняя доля закупок коммерческих корпоративных заказчиков в обороте, проводимых на включенных в перечень Правительства РФ универсальных ЭТП, продолжила рост и достигла 34% (30% годом ранее, *график 10*).

График 10

Экспансия универсальных ЭТП в коммерческом сегменте электронного рынка B2B продолжается, (средняя доля в совокупном обороте закупок, проводимых на отобранных универсальных ЭТП, %)



Источник: РАЕХ («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования операторов ЭТП

«Наши заказчики модернизируют свои производства непрерывно, и это подталкивает нас к разработке и внедрению новых композитных сервисов для обеспечения их потребностей. В начале развития наших сервисов речь шла о конкретных проектах в узкоспециализированных отраслях. Сейчас направление работы ЭТП ГПБ серьезно расширилось: мы можем быстро

График 11

Доля респондентов, сообщивших о смене основной ЭТП для проведения закупок, остается неизменной второй год подряд (%)



Источник: РАЕХ («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний

адаптировать нашу сервисную модель под любую задачу – строительство крупного завода, дороги, модернизацию производства под выпуск новой продукции и так далее. По сути, сегодня ЭТП ГПБ – это крупное сервисное бюро для обеспечения нужд заказчика любого уровня», – комментирует Михаил Константинов, исполнительный

вице-президент Газпромбанка, генеральный директор ЭТП ГПБ.

Также обращает на себя внимание, что доля респондентов, заявивших о смене основной ЭТП для проведения закупок в течение года, после всплеска 2019 года снизилась с 19% до 11% и остается неизменной второй год подряд (*график 11*).

Взаимодействие заказчиков и ЭТП: закрепление пройденного

С точки зрения развития конкурентной среды на российском межкорпоративном электронном рынке, прошедший 2021 год закрепил достижения «ковидного» 2020 года. С одной стороны, стимулирующее влияние связанных с пандемией ограничений, которые привели к значительному и отчасти вынужденному притоку на электронный ры-

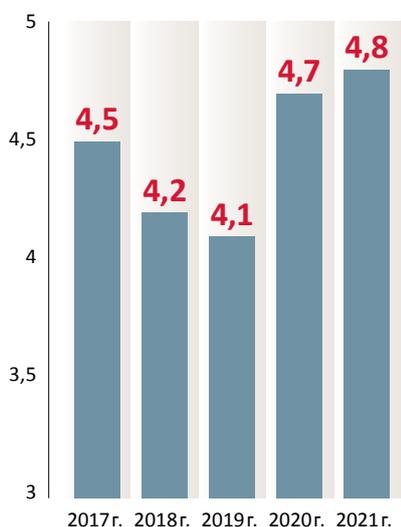
нок новых участников (как поставщиков, так и заказчиков) к 2021 году в значительной мере себя исчерпало. С другой – пришедшие в связи с локдаунами на электронный рынок участники остались на нем.

Среднее количество участников электронных закупок опрошенных компаний в 2021 году по сравнению с предыдущим годом незначительно выросло – с 4,7 до 4,8 (*график 12*). Напомним, что по итогам 2020 года этот показатель продемонстрировал рекордный рост.

В то же время, если рассматривать динамику среднего количества участников электронных закупок у отдельных компаний, никакого явного поступательного движения в данной области не наблюдается (*график 13*). По итогам 2021 года в этом аспекте какую-либо единую тенденцию развития рынка выявить невозможно: хотя 36% респондентов сообщили об увеличении среднего количества участников в своих электронных закупках (годом ранее – 42%), немногим меньше – 30% опрошенных компаний – сообщили о снижении этого показателя по сравнению с уровнем 2020 года. Примерно столько же – 30% – не отметили никаких изменений в этой области. В целом распределение опрошенных компаний по этому показателю в 2021 году оказалось наиболее близким к кривой нормального распределения за все годы наблюдений.

График 12

Среднее количество участников закупочных процедур опрошенных компаний незначительно выросло
(среднее количество участников закупочных процедур респондентов)



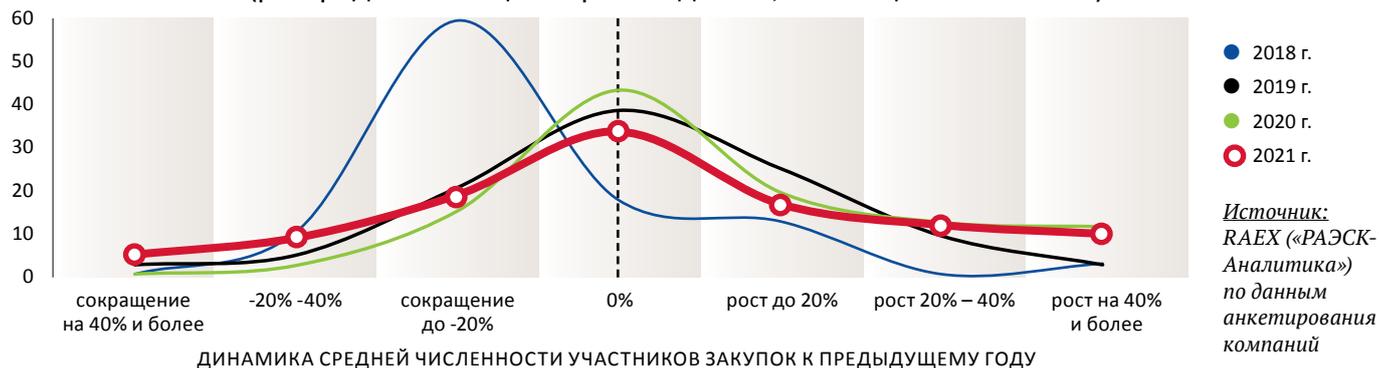
Источник:
РАЭК («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний



График 13

Связанные с пандемией стимулы для повышения конкурентности закупок компаний в 2021 году себя исчерпали

(распределение оценок респондентов, % в общем количестве)



Заметная доля респондентов (37% и 38% соответственно) отметила улучшение качества услуг ЭТП в аспектах, непосредственно характеризующих конкурентную среду в электронных торгах, – уровень конкуренции в закупочных процедурах, долю состоявшихся конкурентных процедур закупки (*график 14*).

Однако по сравнению с результатами прошлогоднего исследования, когда улучшения в конкурентности закупок отметила почти половина опрошенных заказчиков, в 2021 году эти аспекты отошли на второй план. Значительно большее количество респондентов отмечают прогресс в таких областях развития

График 14

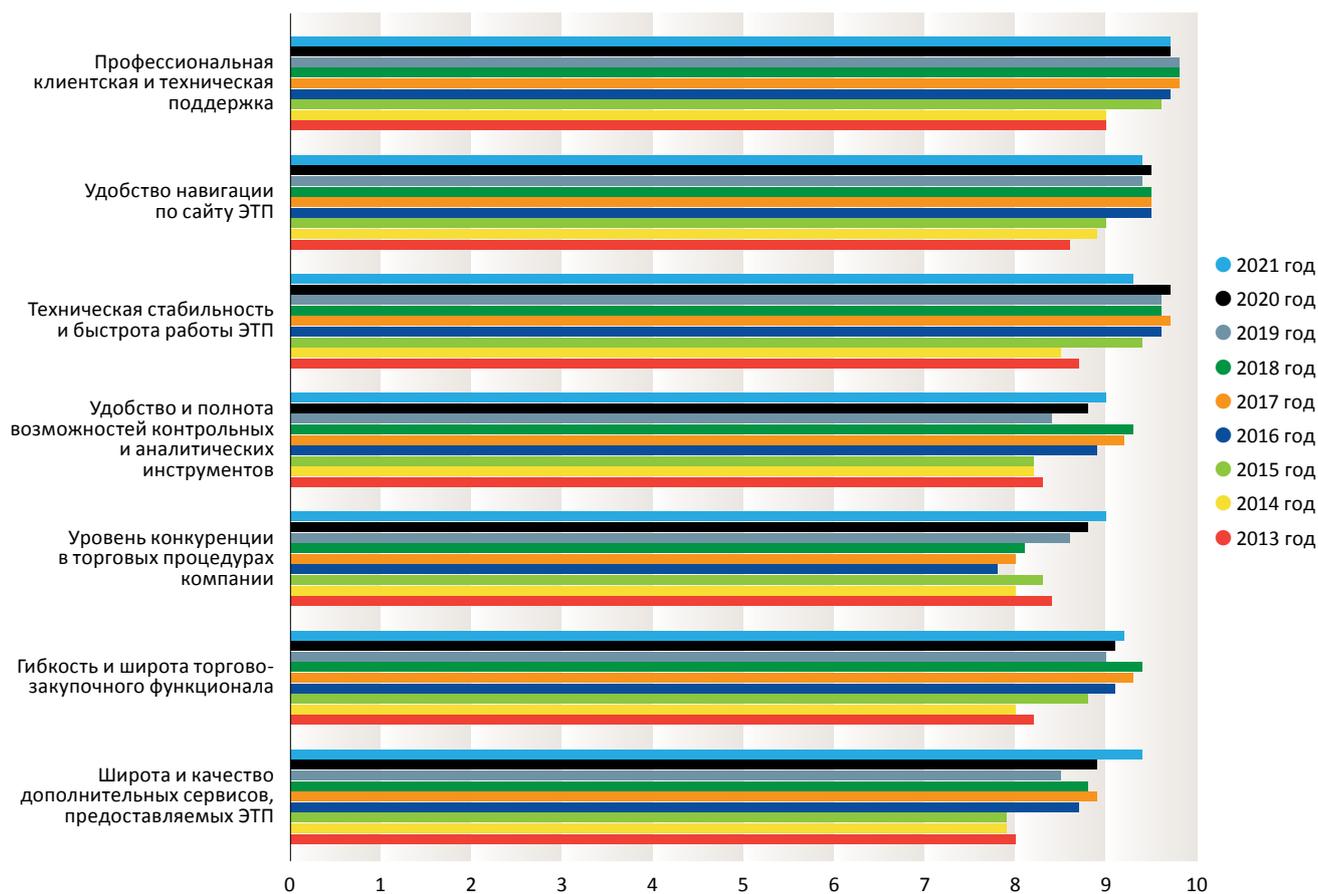
По мнению крупнейших заказчиков, в 2021 году наибольшего прогресса операторы ЭТП достигли в развитии клиентской поддержки, (%)



Источник: RAEX («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний

График 15

Средняя оценка уровня конкуренции в проводимых респондентами закупочных процедурах выросла
(средневзвешенная оценка респондентов (1-минимальный балл, 10 - максимальный балл))

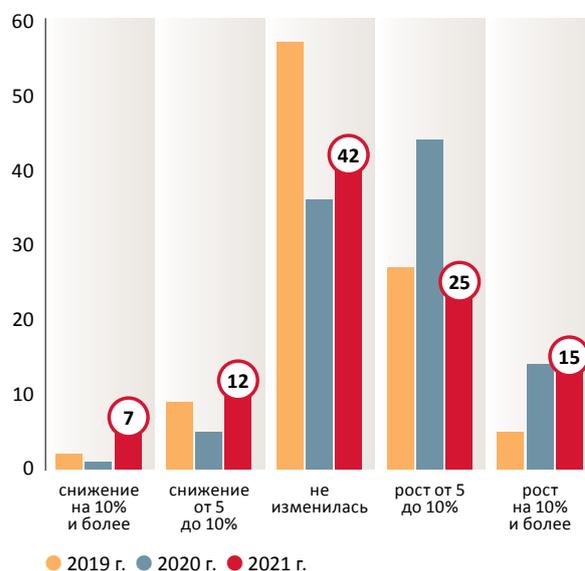


Источник: RAEX («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний

График 16

Про сравнению с 2020 годом заказчики более сдержанно оценивают изменение эффективности своих электронных закупок
(оценка компаниями изменения эффективности закупок в электронной форме в 2019 году по сравнению с 2018 годом, доля в общем количестве респондентов, %)

Источник: RAEX («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний





рынка, как качество клиентской поддержки, технической стабильности и скорости работы ЭТП. В целом по итогам 2021 года наиболее распространенной оценкой изменения качества услуг ЭТП стала оценка «без изменений».

Аналогичный вывод можно сделать и на основании абсолютных оценок опрошенными компаниями качества услуг ЭТП: практически во всех аспектах отмечалась умеренно позитивная динамика (*график 15*).

Стабильность ситуации на межкорпоративном электронном рынке в 2021 году отражают и оценки изменения эффективности электронных закупок,

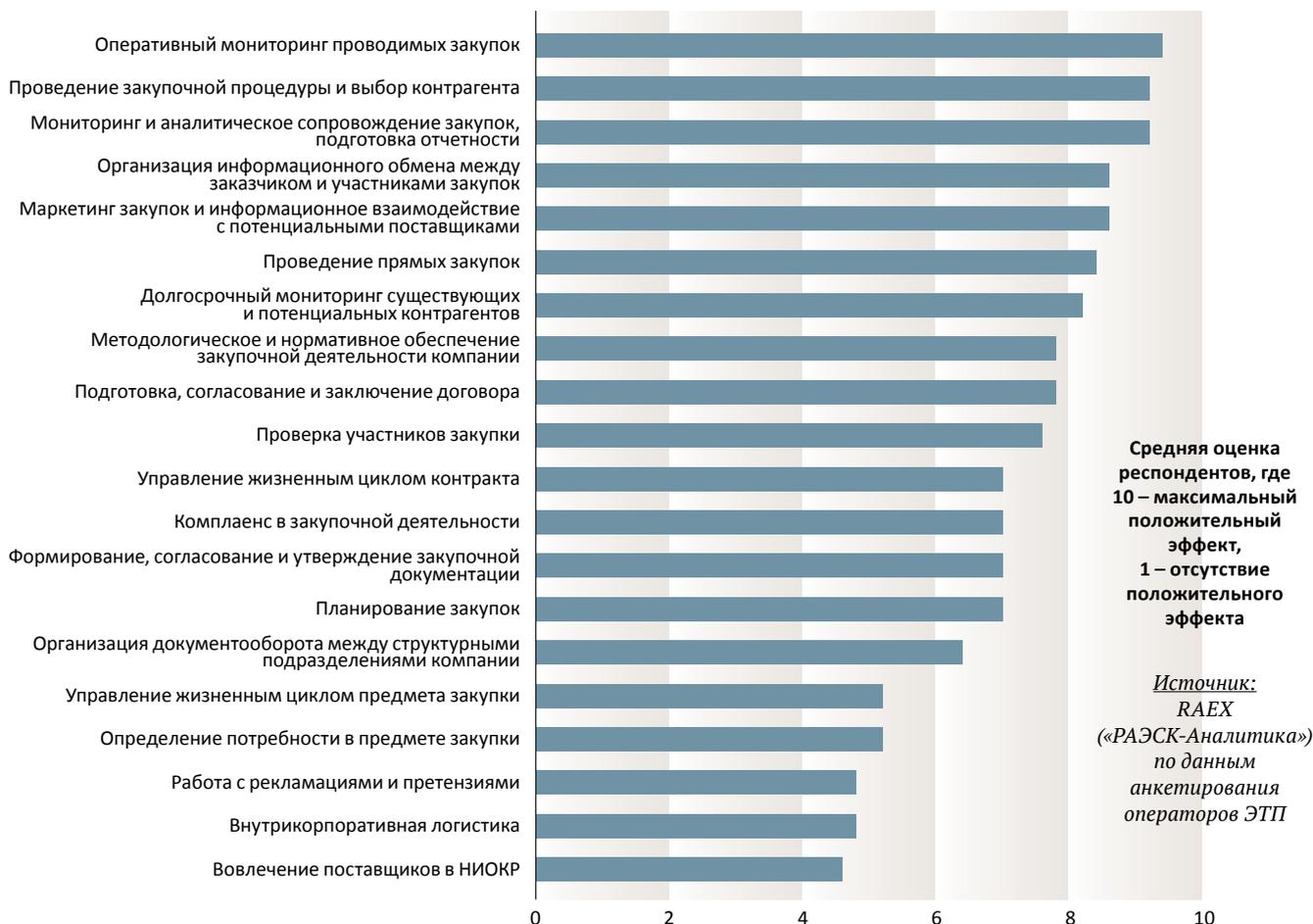
данные опрошенными компаниями.

Если по итогам анкетирования 2020 года большинство (58%) из них отметило позитивные изменения в данной области, то по итогам 2021 года позитивную динамику эффективности закупок отметили лишь 40% участников исследования. Большинство (42%) сообщило, что эффективность проводимых ими электронных закупок осталась на прошлогоднем уровне (*график 16*).

Подчеркнем, что речь идет о субъективных оценках опрошенных руководителей проведением закупок, а не о сопоставимых объективных показателях эффективности,

График 17

Наибольший вклад ЭТП в цифровую трансформацию закупок компаний: оперативный мониторинг и аналитика закупок, проведение закупочных процедур
(средние оценки возможного позитивного эффекта сотрудничества компаний с внешними ЭТП для цифровой трансформации закупочных бизнес-процессов)



рассчитанных по единой методике – в связи со спецификой деятельности компаний и разностью подходов к определению эффективности закупок сформулировать такой универсальный показатель эффективности вряд ли возможно. Однако оценки динамики эффективности достаточно точно отражают общее восприятие развития рынка профессионалами закупочной отрасли.

Набирающие силу процессы цифровой трансформации закупочной деятельности компаний, которые в России были во многом инициированы операторами ЭТП, подразумевают качественные изменения

в характере взаимодействия заказчиков и площадок. В новых условиях ЭТП выступают не только как поставщики услуг по проведению электронных торгов и сопутствующих сервисов, но и в качестве полноценных партнеров компаний в проведении цифровой трансформации их бизнес-процессов, связанных со снабжением и проведением закупок. Тем не менее, как показал опрос ведущих операторов ЭТП, большинство из них достаточно сдержанно оценивает свою роль в процессах цифровой трансформации закупок своих клиентов (*график 17*).

Электронные торги имуществом компаний: точка роста

В рамках исследования 2022 года мы постарались охватить еще один значимый сегмент рынка межкорпоративной электронной торговли, который ранее оставался вне фокуса проекта «ЭТП в России»: электронные торги имуществом компаний.

В целом значение этого сегмента для развития электронного рынка B2B и рынка услуг ЭТП пока не идет ни в какое сравнение с закупками компаний. В частности, по данным проведенного RAEX опроса крупнейших операторов ЭТП, в среднем торги активами (имуществом) компаний в по состоянию на конец 2021 года составляли не более 8% совокупного оборота торгово-закупочных процедур, проводимых на электронных площадках, а выручка от предоставления услуг по проведению такого рода торгов и сопутствующих сервисов в среднем не превышала 3,7% совокупной выручки крупнейших операторов ЭТП.

Тем не менее, этот сегмент рынка заслуживает самого пристального внимания. В отличие от сегмента корпоративных

закупок, в нем сохраняется значительный потенциал роста. Проникновение услуг ЭТП здесь в разы ниже, чем в сегменте межкорпоративных закупок. В частности, среди опрошенных компаний торги имуществом в электронной форме в 2020 и 2021 году проводили лишь 56% (*график 18*).

График 18

Значительная доля крупнейших компаний пока не использует электронные торги для реализации имущества (%)



Источник: RAEX («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний



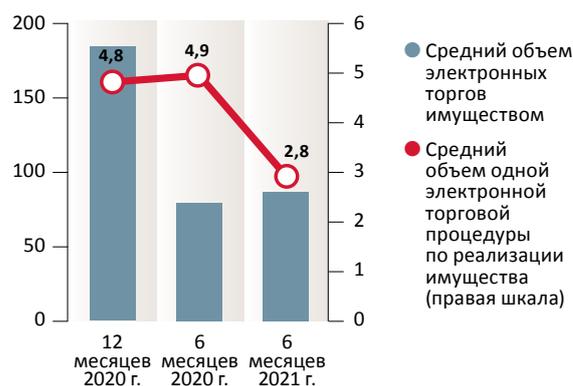
«Реализация активов и имущества – одно из ключевых направлений нашей деятельности. Оно растет, потому что любое крупное предприятие рано или поздно обрастает невостребованными излишками товарно-материальных ценностей, ликвидными отходами и, соответственно, заинтересовано в их выгодной продаже. В 2021 году мы также запустили отдельную секцию по торгам металлоломом, увидев активный спрос на подобный инструмент со стороны наших клиентов – во многом по причине аномального роста цен на лом в прошедшем году», – комментирует **Александр Гуров**, директор ЭТП ONLINECONTRACT.

Стоит также отметить, что электронные торги не являются основным способом реализации имущества для целого ряда компаний. «Бумажные» процедуры рассматриваются ими в качестве равноценной альтернативы электронным торгам. В частности, в ходе анкетирования некоторые респонденты отметили, что проводили в первом полугодии 2021 года торги имуществом в только в «бумажной» форме, хотя в 2020 году значительные объемы таких торгов проводились ими в электронной форме. Вероятнее всего, такие респонденты пока не видят значительных преимуществ в использовании электронных торгов для реализации некоторых отдельных видов своих активов – предмет торгов имуществом может включать самые разные виды активов, от неликвидной недвижимости до прав аренды. Очевидно, что для электронной реализации таких специфических видов имущества услуги площадок должны быть кастомизированы, что пока не всегда имеет место в реальной практике. Таким образом, цифровизация такого рода торгов находится в начальной стадии, она может расти быстрыми темпами за счет одного лишь роста проникновения услуг ЭТП.

Данные о динамике объемов торгов имуществом опрошенных компаний полностью подтверждают эту гипотезу. Так, в первом полугодии 2021 года по сравнению с аналогичным периодом 2020 года средние объемы проведенных респондентами торгов

График 19

Средний объем электронных торгов имуществом динамично растет на фоне значительного снижения средней стоимости одной сделки
(млн. рублей)



Источник: RAEX («РАЭК-Аналитика») по данным анкетирования компаний

имуществом выросли на 36% (**график 19**). В то же время, вследствие опережающего роста количества проводимых торгов средняя стоимость одного договора, заключенного в результате торговых процедур по продаже имущества, снизилась в первом полугодии 2021 года по сравнению с первым полугодием 2020 года на 46%. Как представляется, для операторов ЭТП это скорее положительная тенденция: такое разокрупнение торгов, по-видимому, свидетельствует о том, что электронные торги имуществом превращаются для их клиентов в рутинную практику и что на ЭТП выводятся не только крупные и сложные сделки, но и стандартные и некрупные.

Еще одно важное наблюдение: компании стараются продавать свое имущество там же, где проводят закупки. Модель «универсальной ЭТП», то есть площадки, оказывающей услуги и в области проведения государственных и муниципальных закупок, и в области проведения межкорпоративных закупок, и в области проведения торгов имуществом, которая активно отстаивалась авторами реформы госрегулирования рынка услуг ЭТП в 2017-2018 годах, неоднократно

подвергалась критике. Однако, как показали результаты анкетирования, такая модель устраивает подавляющее большинство опрошенных компаний, которые проводили электронные торги имуществом. 83,8% респондентов организовывали электронные торги имуществом на тех же ЭТП, на которых проводили большинство своих закупок (*график 20*).

Даже если исключить из расчета данные ДЗО крупнейших компаний, то торги имуществом на ЭТП, отличной от площадки, которая была выбрана для проведения закупок, проводил лишь каждый пятый респондент. Таким образом, полноценная специализация на рынке услуг ЭТП на «площадки для закупок» и «площадки для продаж» в настоящее время отсутствует.

График 20
**Модель универсальной ЭТП
 устраивает подавляющее большинство
 респондентов (%)**



Источники: RAEX («РАЭСК-Аналитика») по данным анкетирования компаний

Рейтинг качества услуг ЭТП по оценкам крупнейших заказчиков

Результаты рейтинга качества услуг электронных торговых площадок по оценкам их крупнейших заказчиков 2022 года, который был подготовлен по данным анкетирования компаний, демонстрируют значительные изменения по сравнению с рейтингом 2021 года (*таблица 1*). Первые две строчки заняли ЭТП, которые изначально развивались как корпоративные (кэптивнe) площадки двух крупнейших государственных холдингов, но впоследствии превратились в сильных независимых операторов, которые по состоянию на сегодняшний день занимают заметные позиции и в высококонкурентном нерегулируемом (коммерческом) сегменте межкорпоративного электронного рынка. Во многом высокие результаты ЭТП ТЭК-Торг и ЭТП ГПБ связаны с активным участием в проводимом RAEX анкетировании крупнейших дочерних и зависимых обществ (ДЗО) Группы Газпром и ПАО НК Роснефть. Тем не

менее, даже без учета оценок этих компаний данные ЭТП могли бы претендовать на попадание как минимум в топ-5 рейтинга.

Также в 2022 году данные анкетирования позволили нам впервые подготовить отдельный рейтинг качества услуг ЭТП в сегменте нерегулируемых закупок малого объема. Он также составлялся на основании оценок крупнейших корпоративных заказчиков, полученных в рамках опроса и анкетирования по той же методологии, что традиционный рейтинг качества услуг ЭТП (*таблица 2*). Стоит отметить появление среди участников топ-5 этого рейтинга нового игрока, который появился на электронном рынке B2B относительно недавно – ООО «Бидзаар» (Bidzaar.com).

Стоит также отметить, что уровень оценок качества услуг ведущих ЭТП в отдельных аспектах со стороны их крупнейших клиентов остается стабильно высоким (*таблицы 3–10*).



Таблица 1.

**Лучшие ЭТП по уровню удовлетворенности
корпоративных заказчиков качеством их услуг**

| Место в рейтинге (место в 2021 г.) | ЭТП | Итоговый балл | Средневзвешенная оценка респондентов, имевших опыт сотрудничества в качестве заказчика с данной ЭТП** | Доля в общей численности оценок, %*** |
|------------------------------------|--|---------------|---|---------------------------------------|
| 1 (3) | АО «ТЭК-Торг» | 1,78 | 9,7 | 18,5 |
| 2 (7) | ООО ЭТП ГПБ | 1,77 | 9,6 | 18,5 |
| 3 (1) | АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 1,14 | 9,1 | 12,5 |
| 4 (2) | АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 1,11 | 8,5 | 13,1 |
| 5 (5) | ООО «РТС-тендер» | 0,90 | 8,0 | 11,3 |
| 6 (8) | ЭТП ONLINECONTRACT | 0,88 | 9,8 | 8,9 |
| 7 (4) | АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 0,34 | 8,1 | 4,2 |
| 8 (6) | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 0,26 | 7,4 | 3,6 |
| 9 (9) | ООО «ТендерПро» | 0,19 | 7,8 | 2,4 |
| 10 (13) | АО «Российский аукционный дом» | 0,18 | 6,1 | 3,0 |
| 11 (12) | ООО «ЭТП» (Etrpf.ru) | 0,12 | 8,0 | 1,8 |
| 12 (10) | АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 0,08 | 6,5 | 1,2 |
| 13 (11) | АО «ОТС» | 0,06 | 5,0 | 1,2 |

* в том числе в рамках проведения тестовых закупок.

**1 балл — минимальная оценка, 10 баллов — максимальная оценка

*** Респонденты могли поставить оценку любому количеству ЭТП, с которыми имели опыт взаимодействия в рамках проведения закупочных процедур в качестве заказчика

Источник: РАЭК, по данным анкетирования компаний

Таблица 2.

Лучшие ЭТП по уровню удовлетворенности корпоративных заказчиков качеством их услуг в сегменте проведения закупок малого объема

| Место в рейтинге | ЭТП | Итоговый балл | Средневзвешенная оценка респондентов, имевших опыт сотрудничества в качестве заказчика с данной ЭТП** | Доля в общей численности оценок, %*** |
|------------------|--|---------------|---|---------------------------------------|
| 1 | ООО ЭТП ГПБ | 1,95 | 9,8 | 20,0 |
| 2 | АО «ТЭК-Торг» | 1,88 | 9,8 | 19,3 |
| 3 | АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 1,14 | 8,8 | 12,6 |
| 4 | ООО «Бидзаар» (Bidzaar.com) | 0,83 | 9,6 | 8,1 |
| 5 | АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 0,77 | 9,6 | 5,9 |
| 6 | АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 0,76 | 8,4 | 8,9 |
| 7 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 0,50 | 8,3 | 5,2 |
| 8 | ЭТП ONLINECONTRACT | 0,49 | 9,7 | 5,2 |
| 9 | АО «ОТС» | 0,34 | 8,6 | 4,4 |
| 10 | ООО «РТС-тендер» | 0,34 | 8,4 | 4,4 |
| 11 | АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 0,20 | 6,5 | 3,0 |

* в том числе в рамках проведения тестовых закупок.

**1 балл — минимальная оценка, 10 баллов — максимальная оценка

*** Респонденты могли поставить оценку любому количеству ЭТП, с которыми имели опыт взаимодействия в рамках проведения закупочных процедур в качестве заказчика

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний


Таблица 3.
Уровень конкуренции в торговых процедурах компаний

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|---|---------------------------|--|---------------------------|
| АО «ТЭК-Торг» | 9,84 | ООО «РТС-тендер» | 8,95 |
| ООО ЭТП ГПБ | 9,76 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 8,86 |
| АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 9,74 | АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 8,84 |
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,30 | | |
| АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 9,02 | | |
| АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 8,96 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рейтинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний

Таблица 4.
Гибкость и широта торгово-закупочного функционала

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|--|---------------------------|---|---------------------------|
| АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 9,83 | ООО «РТС-тендер» | 8,33 |
| АО «ТЭК-Торг» | 9,80 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 8,22 |
| ООО ЭТП ГПБ | 9,75 | АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 8,06 |
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,15 | | |
| АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 8,96 | | |
| АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 8,38 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рейтинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний

Таблица 5.

Удобство и полнота возможностей контрольных и аналитических инструментов

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|---|---------------------------|--|---------------------------|
| АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 9,88 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 8,66 |
| ООО ЭТП ГПБ | 9,81 | ООО «РТС-тендер» | 8,62 |
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,40 | АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 8,38 |
| АО «ТЭК-Торг» | 9,30 | | |
| АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 8,76 | | |
| АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 8,74 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рейтинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний

Таблица 6.

Широта и качество дополнительных сервисов, предоставляемых ЭТП

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|--|---------------------------|---|---------------------------|
| ООО ЭТП ГПБ | 9,65 | АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 9,12 |
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,57 | ООО «РТС-тендер» | 8,99 |
| АО «ТЭК-Торг» | 9,44 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 8,96 |
| АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 9,64 | | |
| АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 8,83 | | |
| АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 9,13 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рейтинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний


Таблица 7.
Техническая стабильность и скорость работы ЭТП

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|---|---------------------------|--|---------------------------|
| АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 9,68 | АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 9,07 |
| ООО ЭТП ГПБ | 9,67 | ООО «РТС-тендер» | 9,02 |
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,54 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 9,02 |
| АО «ТЭК-Торг» | 9,53 | | |
| АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 9,40 | | |
| АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 9,10 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рэнкинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний

Таблица 8.
Удобство навигации по сайту ЭТП

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|---|---------------------------|--|---------------------------|
| АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 9,90 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 8,76 |
| ООО ЭТП ГПБ | 9,88 | АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 8,76 |
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,37 | АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 8,06 |
| АО «ТЭК-Торг» | 9,27 | | |
| АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 9,00 | | |
| ООО «РТС-тендер» | 8,88 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рэнкинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Таблица 9.

Качество клиентской и технической поддержки

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|--|---------------------------|---|---------------------------|
| АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 9,92 | Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 8,98 |
| ООО ЭТП ГПБ | 9,91 | АО «ТЭК-Торг» | 8,97 |
| АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 9,77 | АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 8,94 |
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,65 | | |
| АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 9,40 | | |
| ООО «РТС-тендер» | 9,10 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рейтинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний

Таблица 10.

Уровень информационной безопасности

| ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** | ЭТП, клиенты которых поставили оценку* | Средневзвешенная оценка** |
|--|---------------------------|---|---------------------------|
| ЭТП ONLINECONTRACT | 9,90 | АО «Сбербанк АСТ» (Сбер А) | 9,63 |
| ООО «РТС-тендер» | 9,89 | АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) | 9,51 |
| АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF) | 9,89 | АО Единая электронная торговая площадка (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») | 9,45 |
| АО «ТЭК-Торг» | 9,87 | | |
| ООО ЭТП ГПБ | 9,78 | | |
| Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант») | 9,75 | | |

* Для определения средневзвешенной оценки качества услуг ЭТП в данном аспекте учитывались исключительно оценки респондентов, указавших данную ЭТП в качестве основной для проведения закупок в электронной форме. В рейтинг включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трех анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

** 1 — низшая оценка, 10 — высшая оценка.

Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний



Михаил Константинов,
исполнительный вице-президент Газпромбанка, генеральный директор Электронной торговой площадки Газпромбанка:

«ЭТП ГПБ – сервисное бюро для заказчиков любого уровня»



Сегодня функционал ЭТП, работающих с госзаказом, полностью идентичен. С одной стороны, это обеспечивает заказчикам стабильно высокий уровень компетенций, с другой – лишает площадки возможности выделиться на фоне конкурентов. За счет чего, на ваш взгляд, площадки сегодня могут привлекать новых заказчиков? Особенно в случае ЭТП, которые присоединились к 44-ФЗ позже других.

Действительно, ЭТП, работающие в рамках 44-ФЗ, по функционалу полностью схожи друг с другом. Чтобы обеспечить конкурентоспособность, каждая площадка сегодня активно развивает сервисную составляющую. Именно привлекательная сервисная модель сейчас выступает главным драйвером роста на рынке госзакупок. И здесь, безусловно, многое зависит от того, насколько заказчик – то есть регион – заинтересован в цифровой модели

развития. При этом особенно важно, чтобы не только глава региона был погружен в тему цифрового развития, но и его команда обладала развитыми компетенциями в этой сфере. Причина ясна: реализация проектов всегда происходит на уровне команды региона.

По сути, губернатор – это конечный потребитель достоверных верхнеуровневых аналитических показателей для принятия стратегических решений.

Да. Например, имея качественную аналитику, можно составить точное представление о торговом балансе региона – что и как производится в регионе, каков баланс экспорта и импорта. На основе этих данных губернатор может принять решение о привлечении частных инвестиций, чтобы, например, удовлетворить локальным производством объем потребления региона. Это специфическая задача, которой надо серьезно заниматься даже на уровне кадрового потенциала.

Как ЭТП может помочь региону решить кадровые вопросы?

Для примера возьмем проект создания кластера строительных материалов Хабаровского края, в котором ЭТП ГПБ принимает участие. Первый же вопрос: кто будет работать в кластере? И здесь возникает ситуация, когда цепочка промышленной кооперации должна интегрироваться с высшим и средним профессиональным образованием. Без цифровой системы невозможно выстроить эффективное взаимодействие между всеми участниками процесса.

Для руководителей проекта важно отслеживать развитие будущего сотрудника, вовремя предоставлять ему возможности специализированного обучения и личностного развития. К началу карьеры такой специалист будет полностью подготовлен к работе на высокотехнологичном производстве. Чтобы обеспечить качественно функционирующие сквозные процессы, нужна мощная цифровая

площадка. Может ли ЭТП стать такой площадкой? Опыт ЭТП ГПБ доказывает – да, это возможно. Мы интегрируем производственные цепочки и ищем для них потенциальных исполнителей.

Ярким примером выступает реализованная при сервисном участии ЭТП ГПБ единая платформа биллинга и портал газификации для Газпром Межрегионгаза. Уровень реализации федерального проекта газификации показывает, насколько глубоко мы интегрированы в производственные процессы: мы, в том числе, помогаем компании работать с огромной номенклатурой и понимать инженерную готовность поставки этой номенклатуры. Созданную модель взаимодействия ЭТП ГПБ может масштабировать и расширить, включив в нее компоненты, связанные с подготовкой кадров и отслеживанием профессионального прогресса потенциальных сотрудников Хабаровского кластера.

Возвращаясь к разговору о работе с регионами в рамках 44-ФЗ: какой функционал сегодня наиболее востребован заказчиком в лице субъекта РФ?

Как только субъект 44-ФЗ вовлекается в процесс развития регионального производства, возникает необходимость в интеграционной площадке, которая свяжет всех участников проекта: производителя и потребителя продукции, инвестора, того, кто оценивает инженерную готовность, того, кто производит промышленную инспекцию в ходе модернизации.

Особенно важна работа с инвестором – перед регионом всегда стоит задача по привлечению частных инвестиций. Как этого можно добиться? Льготами, гарантиями, возможностью участия во всех переговорах с потенциальными заказчиками, контролем за вложенными деньгами и качественным расчетом инвестиционного цикла. И когда цифровая площадка интегрирует в себе все эти процессы, она максимально эффективна для заказчика.

Функционал ЭТП ГПБ позволяет организовывать бизнес-процессы так, чтобы каждый



рубль, вложенный в модернизацию конкретного предприятия в регионе, был целевым образом доведен и проконтролирован с точки зрения проектно-сметной документации. С помощью наших сервисов заказчик может на любом этапе отслеживать влияние каждого процесса на сроки окупаемости проекта.

Инвестор, по сути, покупает инфраструктурную облигацию, деньги в которую он вкладывает прямо сейчас, а кеш-флоу получает из доходов проекта. Причем получение дохода может быть отсрочено на 8-10 лет. И здесь для инвестора важно понимать, насколько сдвигается точка безубыточности. Если сдвиг существенный, с помощью наших сервисов инвестор может вовремя увидеть это и ввести компенсационные меры. Ведь зачастую инвестор не только вкладывает собственные деньги, он привлекает также и средства партнеров. Эту ответственность за чужие деньги мы хорошо понимаем, поэтому предусматриваем ежесуточный мониторинг сдвига точки безубыточности. Применение наших сервисов позволяет инвестору получить прозрачную картину реализации проекта на любом его этапе.

У региона, в свою очередь, появляется крупный проект, который даже в период строительства дает большое количество рабочих мест и сопутствующую инфраструктуру.

В такой модели работы закупочная функция площадки перестает быть главенствующей.

Да, закупки – это одно из измерений в формировании обязательств и контроля их исполнения. Это по-прежнему важный инструмент помощи заказчику, но далеко не единственный.

Как вы определяете направление развития сервисной модели ЭТП ГПБ?

Наши заказчики модернизируют свои производства непрерывно, и это подталкивает нас к разработке и внедрению новых композитных сервисов для обеспечения их потребностей. В начале развития наших сервисов речь шла

о конкретных проектах в узкоспециализированных отраслях. Сейчас направление работы ЭТП ГПБ серьезно расширилось: мы можем быстро адаптировать нашу сервисную модель под любую задачу – строительство крупного завода, дороги, модернизацию производства под выпуск новой продукции и так далее. По сути, сегодня ЭТП ГПБ – это крупное сервисное бюро для обеспечения нужд заказчика любого уровня.

Антон Киценко, заместитель генерального директора
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»):

«Мы будем предлагать решения для импортозамещения»



Какие краткосрочные и среднесрочные последствия для российских корпоративных заказчиков могут иметь санкции, наложенные на российскую экономику в феврале-марте 2022 года?

Краткосрочные последствия уже наступили и ощущаются сейчас наиболее остро. Самые очевидные из них: разрыв действующих цепочек поставок и отсутствие достаточных складских запасов у поставщиков, невозможность проведения закупок по ранее установленным начальным максимальным ценам в связи с высокой волатильностью национальной валюты.

В среднесрочной перспективе мы, конечно, рассчитываем на адаптацию корпоративных заказчиков к новым реалиям – и благодаря усилению внутреннего курса на импортозамещение, и благодаря переориентации на новые рынки из числа дружественных стран.



Какие инструменты ЭТП могут смягчить для корпоративных заказчиков финансовые риски, связанные с санкциями, в частности, нарушения в работе финансовой системы РФ и волатильность валютного курса?

Что касается нивелирования последствий нарушения работы финансовой системы и высокой волатильности валютного курса, то задача по разработке необходимого инструментария однозначно является прерогативой правительства Российской Федерации. Мы уверены, что в ближайшее время появятся новые инфраструктурные решения для стабилизации ситуации и продолжения работы с внешними контрагентами.

Какие сервисы ЭТП могут демпфировать последствия разрыва логистических цепочек, связанного с санкциями?

ЭТП «РОСЭЛТОРГ» обладает необходимой технологической базой для построения новых логистических поставок, к примеру, через контрагентов в дружественных странах. На платформе «Росэлторг.Бизнес» всегда было доступно участие иностранных поставщиков в закупках российских компаний, но следует учитывать, что на текущий момент остаются нерешенными две проблемы: финансовые взаиморасчеты с иностранными компаниями и технический вопрос доставки товаров. В этой части, опять же, ожидаем решений на уровне правительства.

Какие возможности для обеспечения экстренного импортозамещения в закупках корпоративных и государственных заказчиков могут предложить электронные торговые площадки?

Очевидно, что крупнейшие игроки рынка электронных площадок сейчас будут предлагать свои решения для обеспечения возможности импортозамещения, мы не исключение. Благодаря собственным технологиям на базе машинного обучения и искусственного

интеллекта команда «РОСЭЛТОРГ» сейчас прорабатывает наиболее эффективные решения в части поиска и привлечения отечественных производителей продукции, остро нуждающейся в импортозамещении. Детали будем готовы анонсировать по факту запуска проекта.

Как изменятся межкорпоративный электронный рынок и бизнес-модель электронных торговых площадок в текущих форс-мажорных условиях? Каковы стратегии выживания для ЭТП?

Для нас вектор направления не меняется, мы и ранее осознавали, что необходимо максимально дифференцировать портфель клиентов, наращивая свое присутствие в сегменте частного бизнеса, чем мы и занимались с 2020 года, развивая и дополняя новыми сервисами систему для проведения коммерческих закупок – «Росэлторг.Бизнес».

Как в очередной раз показывает практика, регулируемые рынки закупок подвержены рискам неожиданных законодательных изменений, что, конечно, негативно сказывается на бизнесе операторов ЭТП.

Какие дополнительные инструменты для оценки рисков корпоративных заказчиков при проведении закупок с учетом изменившихся условий могут предложить ЭТП?

Безусловно, возникшие обстоятельства требуют от ЭТП большего участия в оценке рисков заказчиков при проведении закупок, в первую очередь с точки зрения взаимодействия с участниками. Проверка и развитие поставщиков через ESG-стандарты, на наш взгляд, уже не является достаточным трендом, на первый план выходят более актуальные вопросы о благонадежности, финансовой стабильности, достаточных производственных мощностях участника, его складских и логистических возможностях. Структура критериев оценки поставщика однозначно изменится, но площадке необходимо время на подготовку необходимой инфраструктуры

в части внедрения источников необходимой информации по участникам.

Какие наиболее важные итоги 2021 года для рынка межкорпоративной электронной торговли и рынка услуг ЭТП вы могли бы назвать?

По нашей оценке, следует выделить два основных тренда 2021 года: прошедший год, во-первых, показал, что рынок межкорпоративной электронной торговли, включая сектор государственных заказчиков и субъектов 223-ФЗ, достаточно успешно прошел все этапы адаптации к изменениям в условиях «ковидного» периода и на сегодняшний день абсолютно подготовлен к новым вызовам в ситуации с развитием пандемии. Электронным площадкам удалось обеспечить непрерывный процесс проведения закупочных процедур даже в условиях локдауна, сохранив при этом качество предоставляемых услуг и развитие новых сопутствующих сервисов.

Во-вторых, сохраняющиеся ограничения и резкий рост цен на большинство закупочных позиций отразились не только на заказчиках, работающих в соответствии с федеральным законодательством, но и на частном бизнесе. Мы наблюдаем возросший интерес и нарастающий тренд по использованию электронных площадок для проведения закупок именно среди коммерческих компаний. Так, в торговой платформе «Росэлторг. Бизнес», которая была запущена нами в 2020 году для оптимизации закупочных процессов в соответствии с реальными потребностями частного рынка, в 2021 произошел трехкратный прирост показателей по количеству новых аккредитованных заказчиков и опубликованным лотам.

Сложившийся в России рынок услуг ЭТП – определенный, уходящий этап технологического развития закупок, или же ЭТП сегодня по-прежнему остаются локомотивами технологической трансформации закупочной отрасли?

Безусловно, крупнейшие электронные площадки, которые хотят сохранить и улучшить свои позиции на рынке, должны оставаться во главе технологических решений для дальнейшей цифровой трансформации и оптимизации закупочной деятельности клиентов, постоянно работая над улучшением и внедрением новых сервисов и услуг.

И если ранее рынок ЭТП с точки зрения технологических решений был в большей степени заточен под исполнение законодательных инициатив и реализацию доработок в соответствии с конкретными изменениями, принятыми регулятором, то сейчас, когда законодательное поле уже более статично, у площадок появляется больше возможностей для развития собственных инструментов в целях повышения эффективности на каждом этапе закупочного процесса клиента и получения дополнительных преимуществ среди участников рынка.

Как должны меняться операторы ЭТП? Какие новые компетенции, технологии взаимодействия с клиентами и их поставщиками вам потребуются в ближайшем будущем, чтобы сохранить роль необходимого элемента закупочной инфраструктуры?

«РОСЭЛТОРГ» уже давно развивает свои компетенции за пределами стандартного закупочного процесса в рамках торговой сессии ЭТП, предлагая широкий спектр дополнительных услуг: от анализа НМЦК, согласования плана закупок, онлайн-выдачи банковских гарантий и сервиса проверки контрагентов до страхования бизнес-рисков.

Вместе с тем, для сохранения роли ЭТП как ключевого элемента закупочной инфраструктуры основным направлением для развития мы видим применение технологий на базе машинного обучения и искусственного интеллекта.

Уникальные решения с использованием больших данных уже внедрены в закупочные процессы на площадке «РОСЭЛТОРГ», основными из них являются: сервис прогнозирования вероятности незакрытия закупок (на ранних



этапах выявляются процедуры с потенциалом низкой или нулевой конкуренции, что позволяет вовремя направить дополнительный ресурс на приглашение поставщиков, благодаря чему общее снижение количества несостоявшихся закупок по году составило 5,3%), интеллектуальная система подбора поставщиков на основе их прошлого опыта участия в закупках (учитывается более 300 аспектов, при этом согласно анализу рекомендаций, в 8 случаях из 10 искусственный интеллект верно определяет потенциальный интерес участника), а также многокритериальная платформа аналитики - Business intelligence (которая, обрабатывая десятки миллионов строк и гигабайты информации из базы данных ЕИС и агрегаторов торгов, формирует широкий спектр визуализаций в разрезе десятков показателей эффективности закупок, включая выявленные нарушения в ходе проведения закупочных процедур, и служит источником для принятия соответствующих управленческих решений).

На ваш взгляд, какова будущая роль ЭТП в цифровой трансформации бизнеса их клиентов: это участники, глубоко вовлеченные в процессы цифровой трансформации, или скорее внешние поставщики услуг, занимающимися аутсорсингом сервисов для автоматизации отдельных процессов клиентов (сервисов, относящихся к «commodity IT»)?

Поскольку подавляющее большинство сервисов ЭТП «РОСЭЛТОРГ» реализовано и внедрено на базе собственного Проектного офиса и в первую очередь ориентировано на конкретные запросы наших клиентов, мы, конечно, считаем себя полноценным участником процесса цифровой трансформации с максимальным уровнем погружения. Мы находимся в постоянном диалоге с рынком, всегда ориентируемся на реальную проблематику при создании новых инструментов, учитываем обратную связь и стараемся оперативно совершенствовать продуктовую линейку.

Так, например, аналитическая платформа, упомянутая ранее, разработана в качестве

оперативной реакции на запрос корпоративных заказчиков при переводе сотрудников на удаленную работу, когда появилась острая необходимость усиления функции контроля за результатами деятельности сотрудников закупочных подразделений. При этом формируемая отчетность индивидуально настраивается под потребности конкретных заказчиков, по сути, достигнутый нами уровень цифровой трансформации позволяет предоставить клиенту собственный эксклюзивный продукт.

С точки зрения операторов ЭТП, в какой мере регулятивная среда способствует процессам цифровой трансформации корпоративных закупок или тормозит их?

Думаю, ответ на этот вопрос не может быть однозначным. С одной стороны, регулятивная среда действительно подталкивает субъектов 223-ФЗ и 44-ФЗ к наращиванию объема закупочных процедур в электронной форме, о чем, в том числе, свидетельствуют инициативы по увеличению доли закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства.

С другой стороны, текущая редакция законодательных норм, на мой взгляд, все еще не совершенна, поскольку оставляет широкие возможности для утверждения на уровне Положения о закупках большого перечня оснований, позволяющих проводить закупки в неконкурентной форме или напрямую у единственного поставщика, что, безусловно, все еще тормозит цифровую трансформацию корпоративных закупок.

Несмотря на очевидный спрос со стороны компаний и на многолетние усилия операторов, на российском рынке пока не появилось лидирующего B2B-маркетплейса или иного сервиса для оперативного проведения малых и нерегламентированных закупок, который полностью удовлетворял бы всех без исключения заказчиков. Какие наиболее существенные проблемы в развитии таких сервисов остаются нерешенными?

Думаю, появление лидирующего B2B маркетплейса как монопольного продукта на рынке никогда бы не привело к высокому качеству предлагаемого решения, его развитию и расширению возможностей. Как и всегда, не имея конкуренции, сервис был бы заточен под определенный функционал, устраивающий лишь часть заказчиков.

Поэтому для развития данного направления каждая крупная площадка выбрала путь, основываясь на имеющемся опыте и понимании рынка, создав собственные IT-решения для такого вида процедур.

На сегодняшний день, в связи с невосребованностью заказчиками инструмента «Корпоративный интернет-магазин», в первую очередь связанную с отсутствием возможности добиться поддержания актуальной информации в прайс-листах участников, ЭТП «РОСЭЛТОРГ» для проведения малых и нерегламентированных закупок предлагает своим клиентам два продукта на выбор: «Котировочную сессию» и платформу «Росэлторг. Бизнес». Оба решения позволяют сократить сроки проведения закупки и упростить взаимодействие с поставщиками для получения лучших условий, но различны по таким предпочтениям заказчиков, как, например: наличие протоколов, необходимость использования электронной подписи, этап ознакомления с ценовыми предложениями участников.

Соответствие корпоративных закупок целям ESG подразумевает в том числе развитие поставщиков и управление цепочками создания стоимости на всех этапах. В какой мере ЭТП готовы развиваться в этом направлении? В какой мере ЭТП готовы удовлетворить такие потребности своих корпоративных клиентов?

Если говорить о повестке ESG в целом, то каждая ЭТП, как мне кажется, по умолчанию соответствует данным принципам, учитывая специфику процесса проведения процедуры в электронной форме и те дополнительные сервисы, которые крупнейшие площадки предлагают заказчикам на каждом этапе

жизненного цикла закупки (в рамках E: отсутствие вредных производственных выбросов, отсутствие необходимости передвижения участников процесса и печати документов; в рамках S и G: бесплатное обучение, сервисы для автоматизации рутинных действий, широкие аналитические инструменты, обеспечивающие прозрачность, и другое).

Что касается непосредственно развития поставщиков и управления цепочками создания стоимости, то ЭТП «РОСЭЛТОРГ» также обеспечивает всю необходимую инфраструктуру для удовлетворения такого запроса Заказчиков в части развития устойчивости участников закупок, к основным инструментам следует отнести: ускоренную аккредитацию, бесплатный доступ поставщиков к нескольким категориям закупочных процедур, возможность ведения реестра квалифицированных участников, электронный документооборот, выдачу облачной электронной подписи на базе собственного удостоверяющего центра, предоставление широкой линейки финансовых инструментов на льготных условиях, возможность проведения комплаенс-проверки и экспертизы заявки перед участием в тендере.

Кроме того, функционал нашей площадки уже используется некоторыми заказчиками для подтверждения уровня соответствия участвующих поставщиков ESG-стандартам, устанавливаемым такими заказчиками.

Какое место в вашей бизнес-модели занимает развитие сервисов, связанных с реализацией имущества? Какие направления этого развития, в том числе технологические, вы считаете наиболее перспективными?

Развитие сервисов, связанных с реализацией имущества и непрофильных активов, является для нас стратегическим направлением на 2022-2025 годы. ЭТП «РОСЭЛТОРГ» на сегодняшний день является одним из ключевых лидеров рынка по объему реализации имущества на всей территории РФ (на основании данных портала ГИС Торги), при этом доля таких процедур не превышает 7% в общей



структуре бизнеса, это, в том числе, связано с отсутствием законодательного регулирования и директивных стимулов в части продажи имущества корпоративных компаний посредством электронной формы. Вместе с тем и корпоративные заказчики и организации частного сектора в условиях глобальной цифровизации все активнее готовы тестировать новый формат продажи через электронные площадки. Тем более что в нашем случае эти услуги представляются продавцу на бесплатной основе, а потенциальный покупатель, который выигрывает в торгах, оплачивает фиксированную стоимость вне зависимости от величины лота.

Основной технологической задачей на ближайшее время для нас является решение вопроса с информированием целевого рынка. Если по закупкам для дополнительного адресного привлечения поставщиков в «РОСЭЛТОРГ» работает маркетинговый центр, то в процедурах на реализацию, основными участниками которых являются физические лица, выявить потенциальный интерес покупателей на этапе публикации извещения гораздо сложнее. На текущий момент ведется разработка решения на базе искусственного интеллекта по аналогии с уже внедренным сервисом многокритериального подбора поставщиков в закупках.

В какой мере себя оправдала концепция универсальных ЭТП? Сохраняется ли специализация на рынке услуг ЭТП, и могут ли операторы ЭТП уделять равное внимание развитию сервисов для проведения закупок в рамках 44-ФЗ, 223-ФЗ, закупок в коммерческом сегменте, торгов по реализации имущества компаний и приватизации имущества?

Концепция отбора универсальных площадок позволила ряду узкоспециализированных в прошлом ЭТП получить доступ к закупкам в рамках 223-ФЗ и 44-ФЗ, предоставив им возможность попробовать свои силы в новых сферах. Однако, оборачиваясь назад и смотря на реальную статистику, мы видим, что, действительно, не всем новым игрокам хватает

мощностей для развития сервисов и удовлетворения потребностей клиентов сразу в нескольких направлениях, о чем свидетельствуют показатели доли рынка по итогам 2021 года, которые не у всех достигли обязательных 5% (в соответствии с п. 27 требований ПП РФ № 656 «О требованиях к операторам электронных площадок» оператор ЭТП обязан обеспечить проведение электронных процедур 44-ФЗ/МСП в объеме не менее 5 % совокупного объема таких закупок, который рассчитывается как сумма начальных максимальных цен контрактов, начальных максимальных цен договоров, содержащихся в извещениях об осуществлении соответствующих закупок, размещенных в единой информационной системе, а также не менее 5% количества таких закупок, которое рассчитывается как общее количество извещений об осуществлении соответствующих закупок, размещенных в единой информационной системе). Поэтому, оправдала ли себя данная концепция, будет понятно в ближайшее время, проверка соответствия Оператора может быть инициирована не чаще одного раза в год, но не реже одного раза в 3 года.

Вместе с тем, уже можно сделать вывод, что перераспределения сил среди ключевых игроков рынка практически не произошло, основной объем закупок все так же сосредоточен на четырех площадках.

Какие последствия для электронного рынка может иметь принятие «пятого антимонопольного пакета»? Могут ли ЭТП рассматриваться как субъекты регулирования этого законопроекта в качестве цифровых платформ-доминант?

Все зависит от критериев, которые войдут в окончательную редакцию антимонопольного пакета. Если критерии коснутся лишь общероссийских показателей – в частности, обладание более чем 35% рынка, – то таких площадок на сегодняшний день нет. Но если будет определен такой критерий, как присутствие в субъектах РФ в размере не более 35%, в этом случае да, это может иметь последствия в виде некоторого перераспределения объемов рынка среди площадок.

Дмитрий Сытин, *генеральный директор ЭТП «ТЭК-Торг»:*

«Площадки должны перестроиться и предложить заказчикам и поставщикам сервисы, которые соответствуют текущей ситуации»



Каковы наиболее важные итоги 2021 года для рынка межкорпоративной электронной торговли и рынка услуг ЭТП?

Во-первых, в 2021 году рынок вырос по количеству закупок и НМЦ – как по 44-ФЗ, так и по 223-ФЗ. Конечно, он не достиг показателей допандемийного 2019 года, но по сравнению с 2020 г. рост был значительным.

Во-вторых, в 2021 году Федеральным законом 360-ФЗ был принят оптимизационный пакет поправок в Федеральный закон 44-ФЗ.

С начала 2022 года почти все оптимизационные поправки вступили в силу. Однако не все нормативные подзаконные акты успели разработать и принять к этому моменту, поэтому нас еще ждет период адаптации, обучения, нарабатывания новой практики и т. д. Более того, с учетом текущей ситуации в законодательство был внесен ряд антикризисных (антисанкционных) поправок, которые



непосредственно повлияют на работу рынка. Это, прежде всего, предоставление возможности внесения изменений в существенные условия заключенных контрактов на основании решений органов власти, а также расширение возможностей осуществления закупок медицинскими учреждениями. Предполагаю, что подобных корректировок будет еще некоторое количество.

В-третьих, изменения в законе о Цифровой подписи. Очевидно, что применение этого закона будет поэтапным и в 2022 году у участников рынка сохранится возможность работать по старым и новым требованиям, постепенно адаптируясь к новым условиям.

Еще одно направление – внедрение МЧД. Уже с марта и до конца текущего года можно будет использовать как аналоговые, так и цифровые доверенности, что также даст возможность рынку подготовиться.

В-четвертых, мы увидели все большее использование дистанционных форм работы. Рынок привыкает к новым форматам, появляется все больше онлайн-сервисов. Сегодня мы видим, что на удаленный формат работ перешел даже наиболее консервативный сектор – заказчики по 44-ФЗ.

Можно ли говорить о цифровой трансформации не только корпоративных клиентов ЭТП, но и самих операторов ЭТП? Что вы вкладываете в понятие «цифровая трансформация» применительно к вашим собственным бизнес-процессам?

Мы уже около трех лет назад минимизировали для поставщиков количество необходимой для заполнения информации. Практически всю информацию про поставщика мы получаем сами, поставщик при регистрации лишь проверяет данные и подписывает их своей электронной подписью.

В рамках цифровой трансформации мы реализовали несколько проектов. Во-первых, в 2021 году мы включились в пилотный проект Минтруда и внедрили в середине года систему КЭДО. Сейчас все основные документы по ка-

дровому делопроизводству у нас представлены в цифровом виде с электронной подписью. Это позволяет выполнять все кадровые операции с более чем 300 сотрудниками компании, находящимися в разных регионах России, силами небольшого подразделения HR.

Во-вторых, автоматизировали основные внутренние рутинные операции, такие как заявления на командировку, выходной день, согласование приказов, договоров – все переведено в электронный вид с использованием внутреннего портала.

Далее, перешли на подписание договоров с нашими партнерами в электронном виде. Уже сейчас около 80% документооборота происходит в цифровом виде – в частности, это касается предоставления клиентам первичной документации (актов сверки, универсальных передаточных документов, счетов-фактур и т. д.) В 2022 году планируем перевести до 99% нашего документооборота в цифровой вид.

Наконец, мы приняли участие в пилотном проекте по внедрению машиночитаемых цифровых доверенностей. Совместно с ФНС специалисты «ТЭК-Торг» разработали сервис и внедрили его в закупочные процедуры секции Группы «ИнтерРАО». Сейчас все поставщики «ИнтерРАО» оформляют цифровые доверенности, а заказчики в цифровом виде с этой доверенностью работают. Мы масштабируем этот проект на другие секции и рынки и планируем продолжать эту работу в 2022 году.

Как должны меняться операторы ЭТП? Какие новые компетенции, технологии взаимодействия с клиентами и их поставщиками вам потребуются в ближайшем будущем, чтобы сохранить роль ключевого элемента закупочной инфраструктуры?

Я считаю, что электронным площадкам давно пора переходить от статуса ЭТП к статусу цифровой облачной платформы снабжения для заказчиков и цифровой платформы продаж для поставщиков. Это не просто изменение названия, а масштабное изменение функций. Мы должны стать удобным инструментом «all

in one» – полноценным партнером, решающим задачи снабжения и продаж. Степень проникновения может быть различной в зависимости от конкретного заказчика – от использования отдельных сервисов до полного аутсорсинга снабжения. Но то, что мы должны трансформироваться, – уже неизбежно.

Кроме того, мы должны принести заказчикам дополнительную ценность, в долгосрочной перспективе им должно быть выгоднее работать с нами, чем строить аналогичный механизм внутри собственной компании.

Также сегодня ЭТП должны учитывать требования со стороны поставщиков, которые заинтересованы в снижении рисков и повышении выгод. Вместе с заказчиками ЭТП должны развернуться лицом к поставщикам и строить партнерские взаимоотношения, предоставляя им удобный канал продаж для зарабатывания своей предпринимательской премии.

Сегодня технологии и рынок постоянно меняются, и ЭТП, будучи электронным инструментом, должны быть на острие этих технологий: повышать эффективность, снижать трудоемкость, повышать скорость.

О цифровой трансформации закупок сейчас говорят многие компании, но операторы ЭТП могут дать независимую внешнюю оценку прогресса в этой области. Как изменились закупочные бизнес-процессы ваших клиентов под влиянием цифровизации и автоматизации? Как меняются в этой связи их запросы к сервисам ЭТП? Можно ли говорить, что корпоративные закупки уже сейчас переживают глубинные качественные изменения, или же мы находимся в самом начале пути?

Мы находимся в начале пути, особенно в части цифровизации. Есть компании, которые уже давно работают с категорийным менеджментом, сравнивают свою закупочную деятельность с бенчмарком зарубежных компаний и стараются быть эффективней зарубежных аналогов, но таких компаний не много. Есть компании, у которых закупочная деятельность

не изменилась за последние 10 лет и движется только вместе с законодательными изменениями, внутренних перестроек процессов нет. Есть компании, которые находятся в состоянии перманентной реорганизации, им просто не до повышения эффективности закупочной деятельности.

Второй аспект – изменения законодательства. Сегодня законодательство в целом сфокусировано не на цифровой трансформации, а на поддержке МСП. И если есть какие-то цифровые элементы, то это скорее следствие этой поддержки. Государство решает вопрос контроля, коррупции, а цифровизация становится следствием. Яркий пример – электронное актирование. Оно появилось с целью снижения трудозатрат, автоматизации рутинных операций, а также сокращения сроков оплаты. Это была основная задача – уменьшить ресурсы, которые казначейство тратит на обработку документов, минимизировать количество ошибок. Поэтому электронное актирование – это лишь следствие решаемых задач. Нельзя не отметить внешние вызовы, которые тормозят процесс.

Еще один момент – мы так и не научились работать «вдолгую». При смене руководства компании новая команда управленцев строит планы развития только на срок своих полномочий и не имеет мотивации начинать долгосрочные проекты трансформации. Я не говорю про весь рынок, но этого нет в культуре в целом. Часто при смене руководителя меняется вся стратегия развития организации и руководители на ключевых постах, в том числе и те, кто отвечает за цифровую трансформацию.

Один из основных запросов, с которым приходили к нам заказчики в 2021 году, – это работа с рынком поставщиков. Это касалось анализа цен, подбора поставщиков, формирования перечня их возможностей.

Наряду с этим значительно вырос спрос на цифровое обучение, дистанционные курсы.

Также в числе приоритетов развития ЭТП – разработка нормативно-справочной информации: каталогов товаров, работ и услуг – и внедрение сервисов, нацеленных на уменьшение рутинных операций.



С точки зрения операторов ЭТП, в какой мере регулятивная среда способствует процессам цифровой трансформации корпоративных закупок или тормозит их?

Цифровизация сама по себе не является смыслом работы системы закупок, это лишь способ ее оптимизации.

Регулятивной среде необходимо четко определить приоритетные цели, ради которых проводятся изменения в законодательстве: борьба ли это с коррупцией, поддержка малого бизнеса или все-таки повышение эффективности расходования бюджетных средств и средств госкомпаний.

2021 год показал, что нужно повышать гибкость регуляторной системы. По сообщениям поставщиков видно, что на многие изменения на рынке, прежде всего ценовые, она не способна оперативно реагировать. Например, происходит рост цен на рынке стройки, металла. А строительные госконтракты посчитаны по старым ценам. Это приводит к тому, что строительные компании несут убытки или банкротятся, либо стройки останавливаются, либо отсутствуют заявки на новые процедуры закупок.

На наш взгляд, нужно упрощать законодательство. Контролировать расход бюджетных средств или коррупционные составляющие нужно другими методами, а не процедурным регулированием, потому что это дает огромные накладные расходы. В подтверждение этого могу привести пример, что в регионах огромная ротация специалистов, которые занимаются закупками, потому что зарплаты небольшие, а сложности огромные. Осуществление закупок по 44-ФЗ требует прохождения специального обучения и сопряжено с высокой административной ответственностью. Как следствие – высокая ротация, а это затраты всей системы на поиск, обучение и т. д.

Несмотря на очевидный спрос со стороны компаний и на многолетние усилия операторов, на российском рынке пока не появилось лидирующего

B2B-маркетплейса или иного сервиса для оперативного проведения малых и нерегламентированных закупок, который полностью удовлетворял бы всех без исключения заказчиков. Какие наиболее существенные проблемы в развитии таких сервисов остаются нерешенными?

Во-первых, у заказчиков пока нет единого подхода к таким закупкам. Кто-то закупает так же, как и большие закупки, а кто-то продолжает пользоваться магазином. Существующие маркетплейсы вынуждены подстраиваться под эту ситуацию. И пока нет на рынке такой силы, которая могла бы это упорядочить.

Тут два варианта решения: либо малые закупки госкомпаний будут регулироваться на законодательном уровне, либо будут укрупняться маркетплейсы и заказчики будут действовать по этим правилам.

Пока мы двигались по второму пути. Надо ли формировать единые требования к таким закупкам? Не факт, потому что хозяйственные субъекты разные, процессы разные, объемы закупок разные, регионы разные, собственники разные.

Надо ли искать какие-то универсальные способы закупки? Не очевидно. Пока интернет-магазины не дают заказчикам большей эффективности по сравнению с просто процедурами или походами в магазин.

К основным проблемам я могу отнести наличие достаточного количества поставщиков во всех категориях закупок, отсутствие актуальных цен, движение цены на рынке, плохую автоматизацию у поставщиков и слабую интеграцию маркетплейсов с поставщиками.

Какое место в вашей бизнес-модели занимает развитие сервисов, связанных с реализацией имущества? Какие направления этого развития, в том числе технологического, вы считаете наиболее перспективными?

Мы с 2017 года занимаемся реализацией не-профильного невостребованного имущества

компаний с госучастием и коммерческих компаний. Право на реализацию государственного имущества мы получили в 2019 году. Это направление начало активно развиваться в 2021 году. С конца 2017 года мы реализовали имущества на сумму более чем 70 млрд рублей.

Если говорить о зонах роста, то, на мой взгляд, это прежде всего внедрение современных маркетинговых инструментов для реализации имущества коммерческих компаний и государства, развитие такого направления как реализация оборудования для вторичного использования, а также унификация законодательного регулирования.

Сейчас мало кто уделяет внимание описанию объекта имущества – иными словами, маркетингу объекта. Когда вы продаете квартиру, то стараетесь качественно ее показать, сфотографировать, описать. Почему государство или коммерческие компании, выставляя на торги имущество, не фокусируются на том, чтобы его красиво описывать, фотографировать, осуществлять аэрофотосъемку при необходимости такого объекта – непонятно. Это рыночный потенциал, который сегодня совсем не используется.

Государственные заказчики сегодня не имеют такой категории имущества, как б/у оборудование. У рынка нет сейчас единого механизма, который позволил бы провести экспертизу такого оборудования и обеспечивал бы достаточное доверие покупающей и продающей сторон к такой экспертизе. Поэтому рынок оборудования для вторичного использования недоразвит в стране, а от него можно было бы получить большой эффект.

Законодательная унификация способов проведения торгов и реализации имущества и прав, которые находятся в собственности государства, регионов, муниципалитетов, значительно упростит работу рынка. Необходимо минимизировать количество способов продажи такого имущества и перевести все процессы в электронный вид – от этого выиграют все участники процесса.

Какие краткосрочные и среднесрочные последствия для российских

корпоративных заказчиков могут иметь санкции, наложенные на российскую экономику в феврале-марте 2022 года?

Основным негативным фактором является нарушение логистических цепочек. Часть западных компаний, как мы знаем, прекратили деятельность в России, кто-то прекратил поставку, кто-то закрыл предприятия.

Тем не менее, я думаю, что логические цепочки достаточно быстро перестроятся. Произойдет замещение другими логистическими операторами, а также, скорее всего, будут развиваться российские операторы.

Несмотря на то, что некоторые иностранные производители перестали поставлять продукцию, которая не производилась у нас, российские производственные части этих предприятий продолжают работать. Безусловно, мы можем увидеть некоторую просадку по той продукции, аналогов которой у нас нет, но я думаю, что на краткосрочную перспективу есть запасы на складах. На долгосрочную перспективу, конечно, нам придется перестраиваться: искать замену либо разрабатывать свое.

Несколько хуже ситуация с оборудованием, так как закупка оборудования – это долгосрочное планирование и его не закупают на короткий срок. Но мы видим, что правительство принимает различные меры, чтобы компенсировать это.

Еще одно направление – закупки у едпоставщика без соблюдения строгой процедуры, которая была ранее. Закупки госкомпаний станут больше похожи на закупки коммерческих компаний, поскольку им дадут больше свободы в принятии решений.

Для обеспечения эффективного импортозамещения отсутствующих товаров есть несколько путей:

- Развитие собственного производства. Еще с 2014 года в России было понятно направление санкционного давления. Те компании, которые это поняли, достаточно много инвестировали в создание таких собственных производств или развитие партнерств.
- Поддержка заказчиков со стороны российских производителей – инвестирование заказ-



чиками в поставщиков на разных условиях с одновременной гарантией долгосрочных закупок. Это абсолютно нормальная мировая практика, которая у нас до этого не была развита.

- Импортзамещение товарами из других стран, не поддержавших санкции – например, товарами из Китая, который неоднократно подтверждал, что торговые долгосрочные связи с Россией не будут разорваны.

Какие сервисы ЭТП могут демпфировать последствия разрыва логистических цепочек, связанного с санкциями?

Площадки могут помочь только в подборе логистических операторов, но сейчас основная проблема не в этом. Сервисы подбора логистических операторов были и есть в России, и ЭТП могут их легко интегрировать в процесс закупки. Но наша практика показывает, что крайне редкий поставщик идет участвовать в закупке, не зная, как он будет осуществлять поставку. Поэтому этот инструмент на этапе закупки поставщику чаще всего уже и не нужен. Может ли площадка разработать сервисы, которые заранее будут просчитывать логистику? Наверное, да, но это никакого отношения к текущей ситуации не имеет.

Повторюсь, проблема не в сервисах ЭТП или электронных сервисах подбора логистических операторов, а в разрушении логистических цепочек. Они должны восстановиться или перестроиться, и все заработает как раньше, до этой ситуации с точки зрения логистики.

Сейчас, скорее всего, все откатится от электронных сервисов к поиску долгосрочных логистических партнеров.

Какие возможности для обеспечения экстренного импортзамещения в закупках корпоративных и государственных заказчиков могут предложить электронные торговые площадки?

Вот здесь роль электронных площадок гораздо больше. Площадки, у которых были сервисы,

собирающие аналитику по работе с рынком и поставщиками, могут предложить заказчикам подбор потенциальных исполнителей импортозамещающих заказов. ЭТП могут помочь заказчику проработать рынок, организовать площадки для коммуникаций, собрать информацию, помочь поставщикам пройти процедуры аттестации, аудита у заказчика на соответствие требованиям заказчика к производителю данной продукции.

Как изменится межкорпоративный электронный рынок и бизнес-модель электронных торговых площадок в текущих форс-мажорных условиях? Каковы стратегии выживания для ЭТП?

Электронные процедуры закупок никуда не пропали. Возможно, сейчас многие из них перейдут в закупки у едпоставщика, но даже при таких закупках есть конкуренция и заказчики заинтересованы провести торги. Потому что электронные закупки 100% никуда не уйдут.

Площадки должны перестроиться и предложить заказчикам и поставщикам сервисы, которые соответствуют текущей ситуации. Это прежде всего аналитические сервисы по исследованию рыночных ниш, сервисы по поиску компаний, которые могут произвести ту или иную необходимую продукцию для заказчиков. Это сервисы, которые упростят взаимодействие поставщиков и заказчиков.

Какие дополнительные инструменты для оценки рисков корпоративных заказчиков при проведении закупок, с учетом изменившихся условий, могут предложить ЭТП?

Заказчики сделают это лучше, чем площадки. Это прежде всего оценка тех ниш в закупках или производственных цепочках самих заказчиков, в которых необходимо осуществить импортзамещение оборудования или товаров.

Поиск на рынке тех, кто может произвести такую продукцию, – вот в этом сегодня ключевая роль площадок. А риски лучше самих заказчиков никто не оценит. Вся ситуация

с 2014 года говорила об одном и том же, и я думаю, большинство заказчиков за это время четко оценили свои болевые точки.

Что касается нас, мы такие риски оценивали и сейчас еще раз подошли к этой задаче, смотря на конкретные санкции. В принципе, заместить все, что есть на мировом рынке, что используется в работе АО «ТЭК-Торг», – можно. Но то, что нам надо замещать, составляет очень малую часть. Мы изначально работали не с западными технологиями, а разрабатывали сами. Конечно, есть продукты, которые западные компании делают лучше, и мы их использовали в своей работе, но они не имеют критического значения для наших основных процессов.

Более тяжелая ситуация у заказчиков, которые работают со сложными технологиями. Например, у нефтедобычи это работа с трудноизвлекаемыми запасами, работа с глубоководным шельфом – это нишевое технологическое решение, и его просто так не найдешь. Есть ли чем заменить? Не знаю, но даже если и нет на текущий момент, то в перспективе это возможно, вопрос времени и денег.



Александр Гуров, директор ЭТП ONLINECONTRACT:

«ЭТП остаются новаторами в разработке новых технологий в области закупочной деятельности»



Какие наиболее важные для рынка межкорпоративной электронной торговли и рынка услуг ЭТП итоги 2021 года вы могли бы назвать?

Очевидно, что ушедший год был сложным с точки зрения экономической ситуации в стране. Резкий рост стоимости сырья, высокая волатильность цен на товары и услуги, стагнация экономики – все это, в свою очередь, отразилось и на сфере электронной торговли. Кроме того, можно отметить факт уменьшения количества успешных компаний. Все-таки пандемия не прошла бесследно, и где-то в большей, где-то в меньшей степени отразилась на экономическом благополучии бизнеса.

Если говорить конкретно об итогах для рынка корпоративной электронной торговли, можно выделить рост закупок среди МСП, связанный с текущими изменениями в законодательстве. Ушедший год также ознаменовался рядом сделок по объединению площадок, что,

в свою очередь, является следствием тенденции на усиление фокуса в сторону коммерческого сегмента.

Можно ли говорить о цифровой трансформации не только корпоративных клиентов ЭТП, но и самих операторов ЭТП? Что вы вкладываете в понятие «цифровая трансформация» применительно к вашим собственным бизнес-процессам?

Да, конечно, это взаимосвязано, и мы также стараемся следовать тенденциям цифровизации. Под цифровой трансформацией мы подразумеваем переключивание рутинных операций «на плечи» роботов, чат-ботов и искусственного интеллекта. Здесь речь идет о таких процессах, как внедрение электронного документооборота и CRM, интеграция платформ, создание единой экосистемы. Наша площадка в настоящее время также ведет активную работу по увеличению количества автоматизированных сервисов для клиентов.

Сложившийся в России рынок услуг ЭТП – определенный, уходящий этап технологического развития закупок, или же ЭТП сегодня по-прежнему остаются локомотивами технологической трансформации закупочной отрасли?

Да, несомненно. Электронные площадки по-прежнему являются держателями уникальных компетенций закупочного процесса, а также новаторами в разработке технологий в области закупочной деятельности. Наши сервисы интегрируются в ERP-системы заказчиков, в бизнес-процесс снабжения в целом и становятся его неотъемлемой частью. В этом плане мы так же, как и другие площадки, работаем над совершенствованием экосистемы ONLINECONTRACT и развитием новых сервисов для повышения автоматизации и интеграции при совершении закупочных процедур.

Стоит ли ожидать появления новых сервисов для обслуживания бизнес-процессов снабжения компаний, которые могут вытеснить «классические» ЭТП в том виде, в котором мы знаем их сегодня?

На мой взгляд, классические ЭТП вполне конкурентоспособны. В последнее время нарастает постоянная конкуренция между большими, дорогими решениями от разработчиков ERP-систем и динамичными, постоянно развивающимися сервисами ЭТП. Такие системы предлагают исключительно технологические решения, но, в отличие от ЭТП, не предлагают развитых клиентских сервисов. Особо следует отметить, что ERP-системы разрабатываются в отрыве от поставщиков, зачастую в интересах только заказчиков. Именно здесь у ЭТП есть конкурентное преимущество, так как наши сервисы разрабатываются на стыке интересов обеих сторон закупочного процесса.

О цифровой трансформации закупок сейчас говорят многие компании, но операторы ЭТП могут дать независимую внешнюю оценку прогресса в этой области. Как изменились закупочные бизнес-процессы ваших клиентов под влиянием цифровизации и автоматизации? Как меняются в этой связи их запросы к сервисам ЭТП? Можно ли говорить, что корпоративные закупки уже сейчас переживают глубинные качественные изменения, или же мы находимся в самом начале пути?

Можно однозначно сказать, что сегодня ЭТП – это не просто инструмент, который дает поставщику возможность продать, а заказчику – купить. Это область, куда все активнее внедряются передовые технологии и автоматизация. Так как во время локдауна подскочил спрос на дополнительные услуги, крупнейшие ЭТП продолжают развиваться и постоянно вводят новые инструменты для заказчиков и поставщиков.



«В цифру» переходит и документооборот, и само исполнение закупки, и взаимодействие между участниками закупок. Возросла актуальность сервисов по анализу тендеров, экспресс-инструментов для оценки надежности контрагентов, ценообразования и прогнозирования планов закупок и т. д.

Можно с уверенностью говорить о том, что запросы клиентов под влиянием цифровизации стимулируют трансформацию ЭТП в единую экосистему сервисов с полным комплектом инструментов для управления закупками и развития поставщиков, которая интегрирована в системы наших клиентов.

С точки зрения операторов ЭТП, в какой мере регулятивная среда тормозит процессы цифровой трансформации корпоративных закупок или способствует их внедрению?

В нашей стране так исторически сложилось, что в экономике высока роль государства и госкомпаний, что влечет за собой высокую степень регулятивности закупочной деятельности. Законодательство в области закупок является одним из наиболее динамично меняющихся. Зачастую закон о контрактной системе и 223-ФЗ, подзаконные акты задают высокие темпы и требования к цифровизации в области закупок. На сегодняшний день большинство закупочных процедур проходит в электронной форме, при этом оцифрована не только сама закупка как процедура, о и этапы исполнения контракта, оплаты и пр. Использование возможностей ЕИС, электронных доверенностей, сервисов по ЭДО буквально превратило корпоративную закупку в широком понимании в практически полностью оцифрованный бизнес-процесс. Поэтому сейчас можно однозначно сказать, что регулятивная среда в нашей стране способствует цифровой трансформации корпоративных закупок, является ее драйвером.

Несмотря на очевидный спрос со стороны компаний и многолетние усилия операторов, на российском

рынке пока не появилось лидирующего B2B-маркетплейса или иного сервиса для оперативного проведения малых и нерегламентированных закупок, который полностью удовлетворял бы всех без исключения заказчиков. Какие наиболее существенные проблемы в развитии таких сервисов остаются нерешенными?

Данные процессы коррелируют с развитием интернет-магазинов, маркетплейсов в сфере B2C. На этом рынке в силу высокой конкуренции также нет очевидного лидера, несмотря на многолетние усилия крупных технологичных компаний. Более того, данные сервисы тоже являются конкурентами для B2B-маркетплейсов.

Полагаю, что наиболее существенными проблемами в развитии таких сервисов являются отсутствие единых классификаторов для описания товаров и услуг и низкая степень автоматизации процесса создания карточки товара. Это влечет за собой увеличение трудоемкости при ручной загрузке данных. Кроме того, важно отметить низкую мотивацию персонала компаний, которые привыкли осуществлять закупки малого объема напрямую через своих поставщиков. При этом основная задача операторов таких платформ на данный момент – это создать на сервисе достаточный объем предложений, максимально автоматизировав процесс их размещения.

Соответствие корпоративных закупок целям ESG подразумевает в том числе развитие поставщиков и управление цепочками создания стоимости на всех этапах. В какой мере ЭТП готовы двигаться в этом направлении? И в какой мере они готовы удовлетворить такие потребности своих корпоративных клиентов?

ESG-подход – один из главных трендов развития мирового бизнес-сообщества последних лет. Интеграция ESG в систему закупок подразумевает внедрение в закупки ESG-критериев

и контроль соответствия поставщиков данным принципам.

ЭТП, в свою очередь, стимулирует перевод в электронную форму традиционных процессов в компаниях поставщиков и развитие ЭДО, что уменьшает использование бумаги. Это реализовано в том числе на уровне обмена первичной документацией со всеми клиентами ЭТП.

Наши сервисы и рейтинги оценки поставщиков могут учитывать в том числе их соответствие критериям ESG, например, требования к экологичности производства и энергопотребления, соблюдению ГОСТ, обязательным сертификациям, СанПиН и т. д.

Отдельно следует отметить, что ЭТП в отношении цепочки создания стоимости позволяет напрямую сократить расстояние между поставщиком и заказчиком, минуя посредников.

Какое место в вашей бизнес-модели занимает развитие сервисов, связанных с реализацией имущества? Какие направления этого развития, в том числе технологического, вы считаете наиболее перспективными?

Реализация активов и имущества – одно из ключевых направлений нашей деятельности. Оно растет, потому что любое крупное предприятие рано или поздно обрастает невостребованными излишками товарно-материальных ценностей, ликвидными отходами и, соответственно, заинтересовано в их выгодной продаже. В 2021 году мы также запустили отдельную секцию по торгам металлоломом, увидев активный спрос на подобный инструмент со стороны наших клиентов – во многом по причине аномального роста цен на лом в прошедшем году.

Какие последствия для электронного рынка может иметь принятие «пятого антимонопольного пакета»? Могут ли ЭТП рассматриваться как субъекты регулирования этого законопроекта в качестве цифровых платформ-доминант?

«Пятый антимонопольный пакет», который еще называют «цифровым», сфокусирован на том, чтобы распространить антимонопольное регулирование на интернет-платформы: поисковые сервисы, маркетплейсы и т. д. ФАС предлагаются новые критерии доминирующего положения на таком рынке – это владение инфраструктурой и наличие « сетевого эффекта ». Следует отметить, что операторы ЭТП в рамках предлагаемого понятийного аппарата подпадают под их определение и могут рассматриваться в качестве цифровых платформ, попадая под действие «пятого антимонопольного пакета».

Отдельно следует отметить, что операторы ЭТП в силу действующего законодательства уже являются полноценными субъектами антимонопольного регулирования. Законодатель достаточно жестко регулирует роль и количество операторов ЭТП в области государственных закупок, осуществляет контроль за их деятельностью.

В целом мы приветствуем усилия ФАС по регулированию цифровой среды, которая должна затронуть в том числе и деятельность рынка корпоративной закупочной деятельности, ввести единые и объективные стандарты, способствующие развитию конкуренции, снижению негативного влияния и доминирующего положения отдельных субъектов на рынке. Ведь развитие конкуренции всегда являлось одной из приоритетных целей деятельности ЭТП.



КРАТКОСТЬ = СИЛА*



www.raex-rr.com

*Гипотеза Пола Грэма. Бл подержали: УШеклар (Краткость - душе уме)•АЧехов (Краткость - сестра таланта)•Все любители рейтингов (Рейтинг - оценка объекта любой сложности всего одним показателем!)

РЕКЛАМА

СПЕЦИАЛЬНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ
ПАРТНЁР:



ИНФОРМАЦИОННЫЙ
ПРАВОВОЙ ПАРТНЁР:



КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка

И Н Ф О Р М А Ц И О Н Н Ы Е П А Р Т Н Ё Р Ы :



УВЕРЕННОСТЬ В КАЖДОМ РЕШЕНИИ



ИНФОРМАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ



теория и практика управленческого учёта



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
БАНКОВСКИЙ
ЖУРНАЛ



Центр Развития
Предпринимательства
Московской Области



РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ. ПРАКТИКА



НАВИГАТОР
КОНТРАКТНОЙ
СИСТЕМЫ

