

Организатор:



Генеральный
партнёр:



Партнёр:



При участии:



Информационный
правовой партнёр:



КонсультантПлюс
надежная правовая поддержка

АНАЛИТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ В РОССИИ: ИТОГИ ТРУДНОГО ГОДА

RAEX

10 февраля 2021 года, Москва

Обзор

«Электронные торговые площадки в России: итоги трудного года»
подготовили:

Дмитрий Миндич,
программный директор

Дмитрий Кабалинский,
заместитель генерального директора ООО «РАЭК-Аналитика»

Компьютерная вёрстка, подготовка инфографики и корректура:

Игнат Соловей

RAEX — зарегистрированный товарный знак

© ООО «РАЭК-Аналитика», 2021

Содержание

Резюме.....	3
Методика.....	5
Динамика электронного рынка B2B: итоги трудного года.....	7
Последствия локдауна: всё, что нас не убивает, делает нас сильнее.....	16
Госрегулирование рынка услуг ЭТП: некоторые итоги реформы.....	23
Рейтинг качества услуг ЭТП по оценкам крупнейших заказчиков.....	28
Интервью с Антоном Киценко, заместителем генерального директора АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»).....	32
Интервью с Николаем Андреевым, генеральным директором Сбер А (АО «Сбербанк-АСТ»).....	36
Интервью с Андреем Бойко, коммерческим директором электронной торговой площадки B2B-Center.....	41
Интервью с Александром Гуровым, директором ЭТП ONLINECONTRACT.....	45
Интервью с Дмитрием Сытиным, генеральным директором АО «ТЭК-Торг».....	49

Резюме

После рекордного роста в 2019 году, первое полугодие 2020 года ознаменовалось резким торможением межкорпоративного электронного рынка. В 2021 можно ожидать восстановления прежних темпов роста объёмов электронной торговли B2B, причём первым наверстает упущенное нерегулируемый сегмент рынка. Участники межкорпоративной электронной торговли относительно безболезненно перенесли негативные последствия локдауна и валютного кризиса, в том числе, благодаря гибкости крупнейших операторов ЭТП, а опыт «трудного» 2020 года окажет, скорее, позитивное влияние на развитие услуг ЭТП и электронного рынка в целом.

По итогам 2020 года темпы роста межкорпоративного рынка резко замедлились. После существенного роста в 2019 году (+25,2% по данным анкетирования), по предварительным оценкам, по итогам 2020 года динамика объёма рынка снизилась до 3–7%. Наиболее тяжёлым для участников рынка оказалось первое полугодие 2020 года: помимо локаута, серьёзным сдерживающим фактором стала высокая волатильность валютного курса.

Нерегулируемый сегмент электронного рынка восстанавливается быстрее, чем сегмент закупок по 223-ФЗ. По предварительным оценкам операторов ЭТП, динамика объёмов закупок в коммерческом сегменте межкорпоративного электронного рынка в 2020 году в 4–5 раз превышает динамику объёмов в регулируемом сегменте — рост на 20–25% и снижение на 3–5% по сравнению с уровнем 2019 года соответственно. Помимо внутренних факторов, сдерживавших динамику рынка торгов по 223-ФЗ в 2020 году, важную роль сыграл высокий уровень проникновения электронных закупок в регулируемом сегменте.

Факторы, обеспечивающие быстрое восстановление рынка, вряд ли могут стать базой для его роста в долгосрочной перспективе. Рост проникновения электронных закупок и дальнейшая цифровизация закупок компаний, уже вышедших на электронный рынок в качестве заказчиков, которые в основном определяют рост оборота электронного рынка в сегменте закупок крупнейших компаний, подошли к своим естественным пределам. Также к настоящему времени операторами ЭТП были, в основном, освоены наиболее динамично развивавшиеся в последние годы отраслевые ниши рынка.

Чрезвычайные обстоятельства 2020 года не привели к снижению предложения и ухудшению качества конкурентной среды на электронном рынке B2B. Данные анкетирования 2020 года зафиксировали положительную динамику всех показателей, характеризующих конкурентную среду и предложение на электронном рынке: экономической эффективности электронных закупок, доли состоявшихся закупочных процедур, среднего количества участников в электронных закупках. Также выросли средние оценки качества конкурентной среды, сделанные респондентами.

Локдаун привёл к росту спроса заказчиков на базовые и дополнительные услуги ЭТП. По оценкам операторов, наиболее востребованными в условиях локдауна стали информационно-аналитические инструменты оперативного контроля, мониторинга и аналитического сопровождения закупочной деятельности, сервисов для проведения прямых закупок, маркетинг закупок, услуг по организации электронного документооборота и организации виртуального закупочного офиса, цифрового аудита поставщиков, цифрового контроля поставок, а также обучающих мероприятий в онлайн-форматах.

Пандемия форсировала цифровую трансформацию закупочной деятельности крупных компаний. Ускорились процессы цифровизации закупочных процедур и связанного с ними документооборота, перевода закупочных процедур в онлайн. Заказчики стали более активно внедрять передовые цифровые технологии для автоматизации закупок, на новый уровень вышло развитие онлайн-форматов взаимодействия заказчиков и операторов ЭТП с участниками рынка. Эти последствия 2020 года будут оказывать на развитие услуг ЭТП и межкорпоративного электронного рынка долгосрочное влияние.

Рынок полностью адаптировался к последствиям реформы законодательного регулирования 2018–2019 годов, однако переформатирование и консолидация рынка услуг ЭТП не завершены. Не прошедшие отбор для проведения закупок по 44-ФЗ и субъектов МСП в соответствии с 223-ФЗ ЭТП окончательно переориентировались на коммерческий сегмент межкорпоративного рынка, однако площадки, включённые в перечень универсальных, также проводят активную экспансию на нём. В среднем, доля нерегулируемых корпоративных закупок в совокупном обороте B2B-торговли на универсальных площадках выросла с 12% в 2018 году до 30% в 2020 году. При этом, по оценкам самих крупнейших корпоративных заказчиков, реформа не оказала кардинального влияния на их деятельность и, вопреки опасениям, оказалась относительно комфортной для них. ◀

Методика

Исследование основывается на данных опроса и анкетирования компаний, вошедших в 2020 году в рэнкинг 600 крупнейших по размеру выручки компаний России RAEX-600¹, информации о результатах закупок компаний на крупнейших ЭТП, опубликованной в открытых источниках, а также углублённых интервью с руководителями операторов ЭТП. В рамках подготовки обзора было опрошено 239 компаний, из которых анкеты заполнили 108. Ещё 131 компания либо отказалась от предоставления подробных анкетных данных, либо заявила о том, что не пользуется закупками в электронной форме.

Совокупная выручка заполнивших анкеты респондентов в 2019 году составила 21 975 млрд рублей (согласно данным RAEX-600), а совокупная стоимость договоров, заключённых ими по результатам закупок в электронной форме — 5 323,7 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»;
- Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»);
- ООО «ЭТП ГПБ»;
- Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»);
- ООО «МХ 1» (ЭТП ONLINECONTRACT);
- ООО «ТендерПро».

Оценки качества услуг электронных торговых площадок и построенные на основании их рэнкинги являются мнением RAEX (ООО «РАЭКС-Аналитика»), отражающим средневзвешенные оценки участников анкетирования. Для определения средневзвешенной 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 2019 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 отчётности.

Для определения средневзвешенной 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 рэнкинги были включены только те ЭТП, которые были указаны не менее чем в трёх анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

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

¹ В 2020 году в итоговый рэнкинг RAEX-600 вошли компании, выручка которых в 2019 году превысила 23,67 млрд рублей.

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

где:

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).

Углублённые интервью были проведены со следующими спикерами:

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

Бойко Андреем Александровичем, коммерческим директором электронной торговой площадки B2B-Center;

Гуровым Александром Андреевичем, директором ЭТП ONLINECONTRACT
Киценко Антоном Сергеевичем, заместителем генерального директора АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»);

Сытиным Дмитрием Анатольевичем, генеральным директором АО «ТЭК-Торг»;

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

Динамика электронного рынка B2B: итоги трудного года

2020 год получился одним из самых трудных в истории отечественного электронного рынка, причем трудным он оказался внезапно. 2019 год, с точки зрения темпов роста, стал для межкорпоративного электронного рынка в сегменте закупок крупнейших заказчиков наиболее успешным, начиная с «посткризисного» 2016 года. Динамика среднего объёма (в стоимостном выражении) электронных закупок участвовавших в анкетировании компаний, по сопоставимым данным², в 2019 году превысила 25,2%, что в целом соответствует сделанной год назад предварительной оценке (*график 1*).

График 1

После успешного 2019 года межкорпоративный электронный рынок в 2020 году пережил резкое торможение*



* Сопоставимые данные компаний, участвующих в анкетировании три и более года подряд

** Предварительная оценка

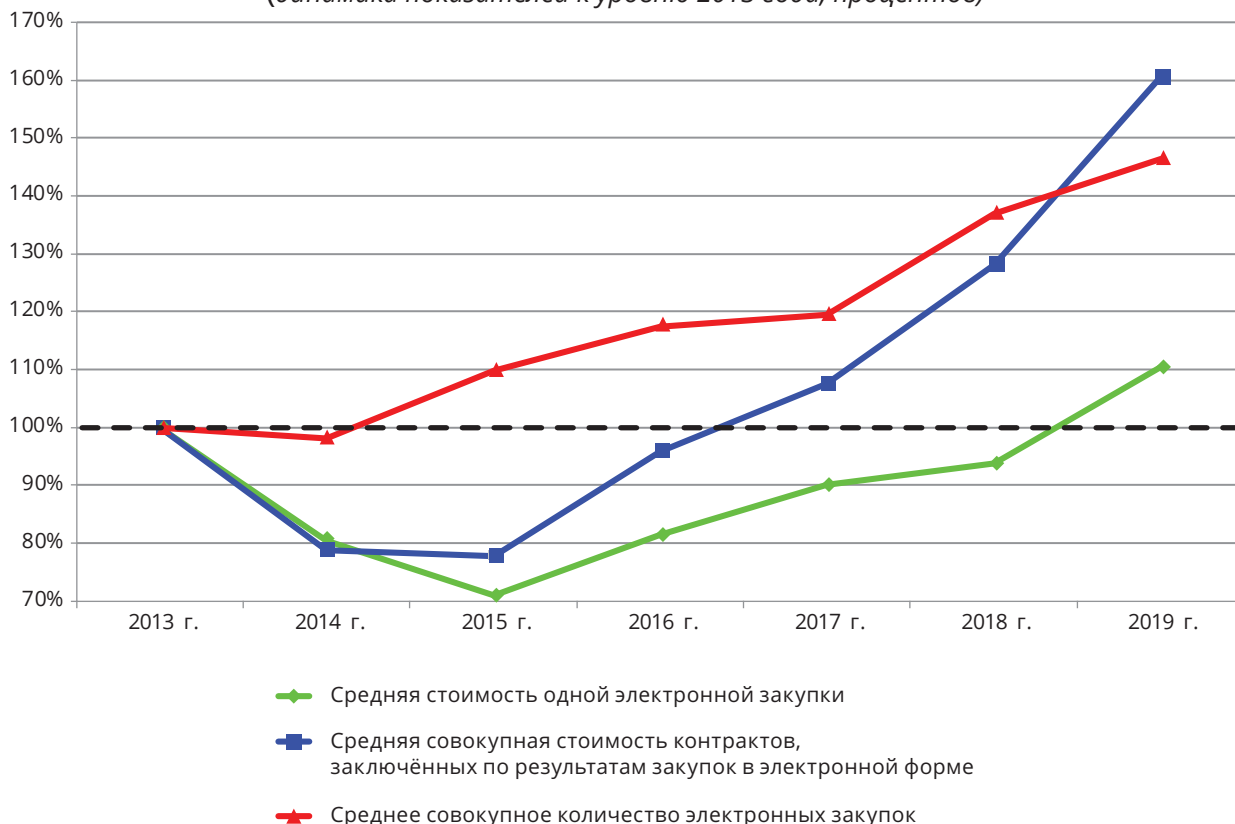
Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Темпы прироста средних объёмов закупок респондентов впервые за последние пять лет значительно превысили темпы прироста среднего количества проведенных ими процедур (7%), что отразилось на существенном повышении средней стоимости одной проведенной закупки (17,8%) (*график 2, стр. 8*).

² Данные 35 компаний, заполнивших анкеты в 2018–2020 годах, совокупная выручка которых составила в 2019 году 14 768 млрд. рублей, а совокупный объём заключённых по результатам закупок в электронной форме договоров — 4 545 млрд. рублей. Из расчета динамических показателей исключены данные о закупочной деятельности ПАО НК «Роснефть» и её ДЗО, поскольку объём проводимых этой компанией закупок в электронной форме сопоставим с совокупным объёмом закупок в электронной форме прочих респондентов, принявших участие в анкетировании.

График 2

Средний совокупный объем электронных закупок
рос опережающими темпами
(динамика показателей к уровню 2013 года, процентов)*



* Сопоставимые данные компаний, участвующих в анкетировании три и более года подряд

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Торможение рынка в первом полугодии 2020 года было резким. Согласно консенсусной оценке опрошенных операторов ЭТП, темпы прироста электронного межкорпоративного рынка в 2020 году находились в диапазоне 3–7%. Таким образом, по оценке участников рынка, пандемия привела, как минимум, к пятикратному снижению ежегодных темпов роста объёмов электронной торговли B2B.

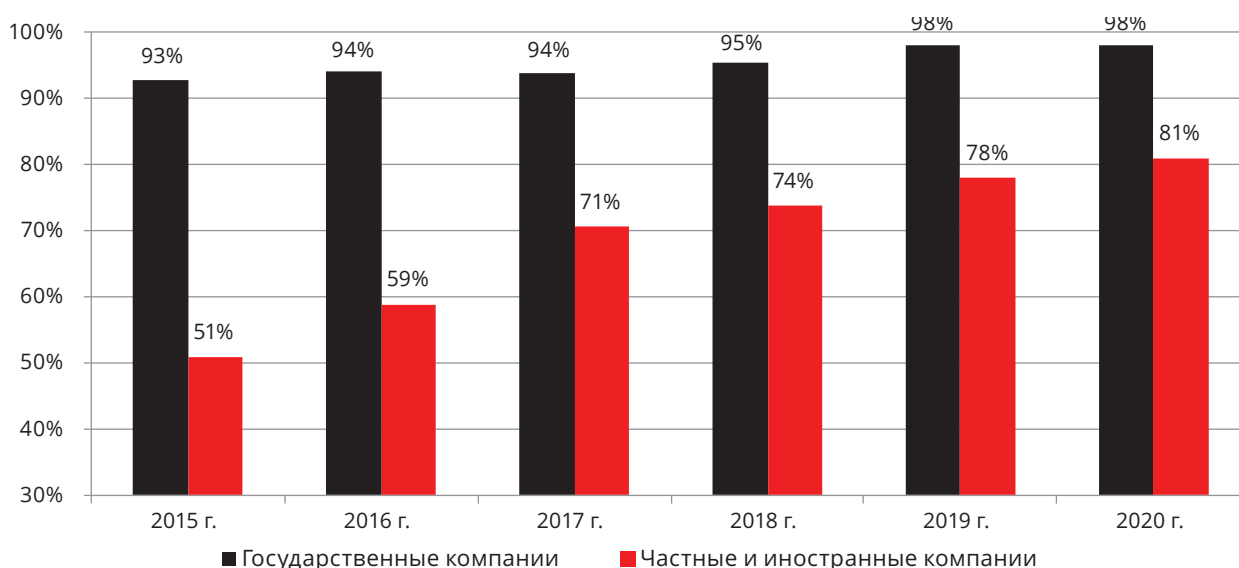
«По нашей оценке, за период с апреля по август 2020 года количество процедур, опубликованных заказчиками, сократилось на 20% по отношению к аналогичному периоду прошлого года. С сентября 2020 года активность заказчиков стала возрастать, но по итогам года общий объём опубликованных процедур всё равно уступал показателям 2019 года», — комментирует **Антон Киценко**, заместитель генерального директора АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»).

Помимо локдауна, существенное негативное влияние на участников межкорпоративного электронного рынка в первом полугодии 2020 года оказали скачки валютного курса. Высокая неопределённость вынудила многих крупных заказчиков отсрочить или сократить финансирование капитальных вложений и инвестиционных проектов, что непосредственно повлияло на их закупочные бюджеты. В частности, по оценкам опрошенных операторов, во время первой волны пандемии существенно снизились объёмы закупок в инфраструктурном строительстве и в ряде других ключевых для рынка отраслей.

Несмотря на заметные расхождения в абсолютных оценках, подавляющее большинство опрошенных операторов оценивают по итогам 2020 года динамику оборота в коммерческом (нерегулируемом) сегменте в 4–5 раз выше, чем в сегменте 223-ФЗ — рост на 20–25% и снижение на 3–5% по сравнению с уровнем 2019 года соответственно. Справедливость этих оценок косвенно подтверждается доступными нам данными о динамике показателей закупочной деятельности ряда крупных российских компаний за 2020 год, а также данными ЕИС о динамике объёма закупок субъектов-223 по начальной максимальной цене контракта по итогам 2020 года (на момент публикации этого исследования отчёт Минфина РФ о мониторинге применения Федерального закона № 223-ФЗ за 12 месяцев 2020 года ещё не был доступен)³.

График 3

Прирост участников электронного рынка B2B в сегменте закупок крупнейших заказчиков обеспечивают негосударственные компании
(доля компаний, вошедших в топ-200 RAEX-600 в 2019 году, использующих электронные закупки, %)



Источник: RAEX

Более медленные темпы восстановления объёмов торгов в регулируемом сегменте межкорпоративного рынка по сравнению с коммерческим сегментом могут быть связаны с факторами, не имеющими прямого отношения как к пандемии, так и к самой электронной коммерции. В частности, это эффект высокой базы — у ряда крупнейших заказчиков-субъектов регулирования 223-ФЗ на 2019 год пришёлся пик расходов по финансированию капитальных вложений (например, модернизации подвижного состава и локомотивной тяги операторов железнодорожных перевозок, парка поездов Московского метрополитена, проведение закупок, связанных с крупными проектами в области инфраструктурного и дорожного строительства). Ещё один значимый фактор — рост удельного объёма малых нерегламентированных закупок у компаний-субъектов 223-ФЗ (до 500 тыс. рублей у компаний с годовой выручкой свыше 5 млрд рублей), данные о которых не публикуются на ЕИС.

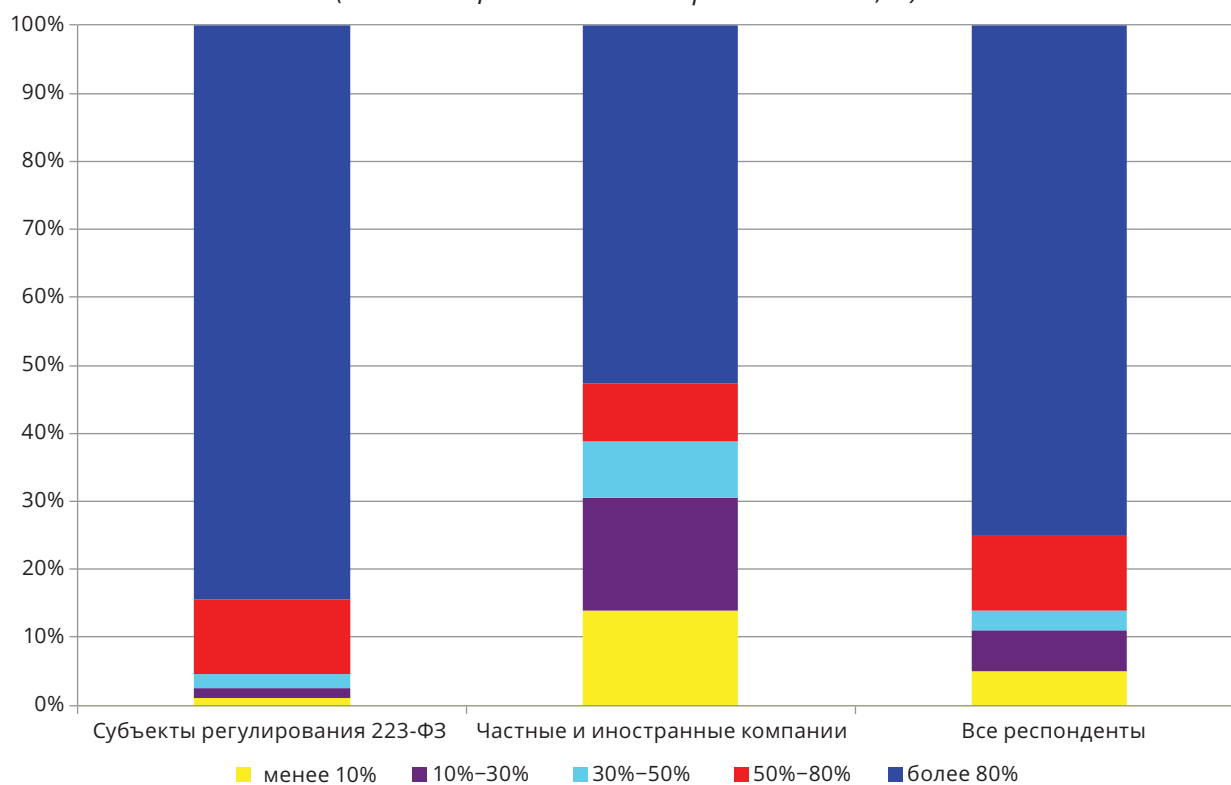
³ По предварительным оценкам Минфина РФ, стоимостной объём договоров, заключённых по результатам закупок в соответствии с 223-ФЗ, по итогам 2020 года сократился на 8% и составил 19,9 трлн рублей.

Как представляется, наиболее значимым фактором, обусловившим различную динамику в регулируемом и коммерческой сегментах электронного рынка B2B, стал разный уровень проникновения электронных закупок. Коммерческий сегмент (нерегулируемые закупки частных и иностранных компаний) электронного рынка в этом плане до сих пор заметно отстаёт от регулируемого сегмента; в нём по-прежнему сохраняются неосвоенные рынком электронной торговли ниши. Доля использующих электронные закупки крупнейших частных и иностранных компаний стабильно растёт и по состоянию на конец 2020 года составила, по нашим оценкам, 81% (*график 3, стр. 9*). В то же время проникновение электронных закупок в сегменте 223-ФЗ (данные сплошного обследования топ-200 компаний России по объёму выручки) уже в 2015 году превышало 90%. По состоянию на конец 2020 года доля использующих электронные закупки компаний из топ-200 превысила 98%, практически не изменившись по сравнению с 2019 годом.

Не менее существенными, с точки зрения потенциала роста межкорпоративного электронного рынка, являются различия в уровне цифровизации закупок в его регулируемом и коммерческом сегментах. Средняя доля закупок, проведённых в электронной форме в 2019 году частными и иностранными компаниями, составила 62,2% по сравнению с 90,8% у компаний, проводивших закупки в соответствии с 223-ФЗ. По данным анкетирования 2020 года, более половины своих закупок в электронной форме проводят 95% опрошенных заказчиков-субъектов регулирования 223-ФЗ, по сравнению с 61% от общего количества опрошенных частных и иностранных компаний (*график 4*).

График 4

Заказчики — субъекты регулирования 223-ФЗ используют электронные закупки значительно интенсивнее, чем частные компании
(доля в общей численности респондентов, %)

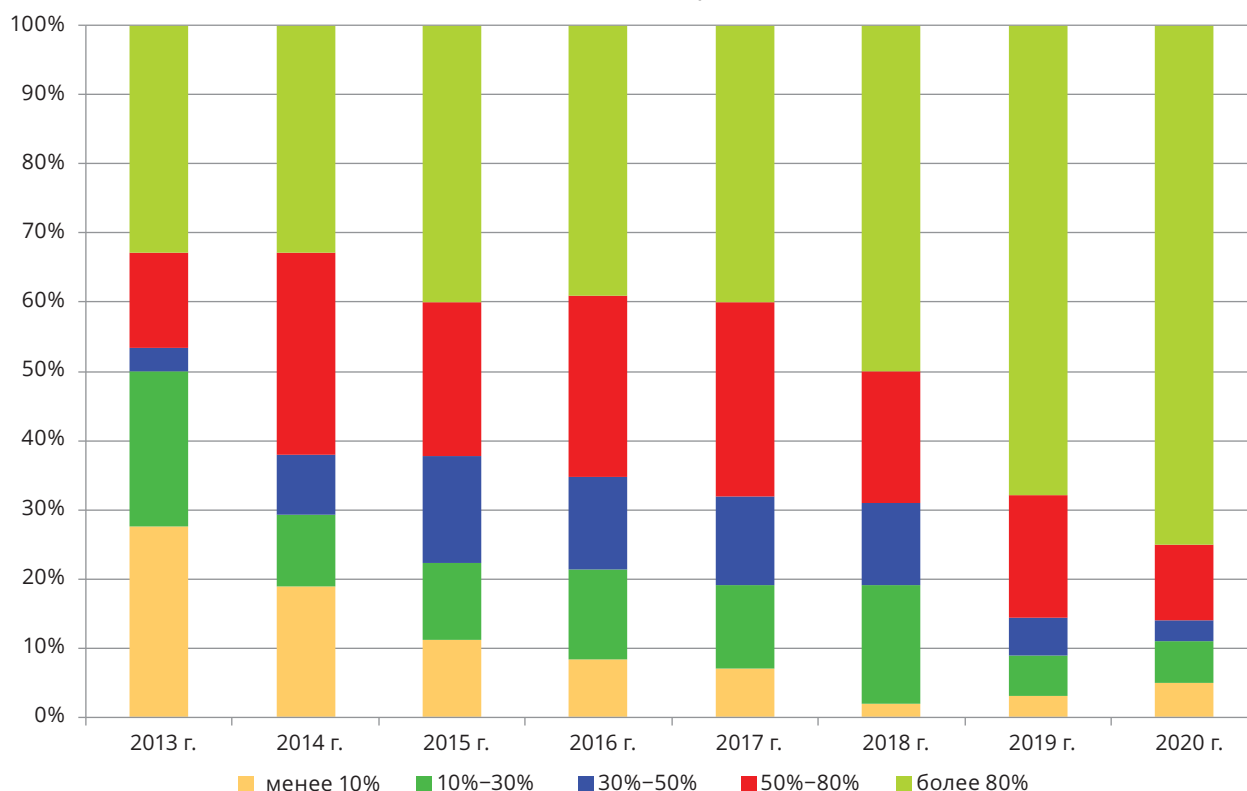


Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

В целом доля компаний, проводивших на ЭТП более 80% закупочных процедур, превысила в 2020 году 75% респондентов (+8 п.п. по сравнению с данными 2019 года) (**график 5**). Характерно, что удельный вес компаний, использующих электронные процедуры как единственный или основной способ проведения закупок, вырос, в первую очередь, за счёт сокращения доли заказчиков, проводивших на ЭТП от 50% до 80% закупок, при этом удельный вес заказчиков, проводивших менее 30% процедур в электронной форме, остался практически неизменным — главным образом, это связано с притоком на электронный рынок заказчиков-«новичков».

График 5

Три четверти респондентов проводят в электронной форме более 80% закупочных процедур
(доля в общей численности респондентов, %)



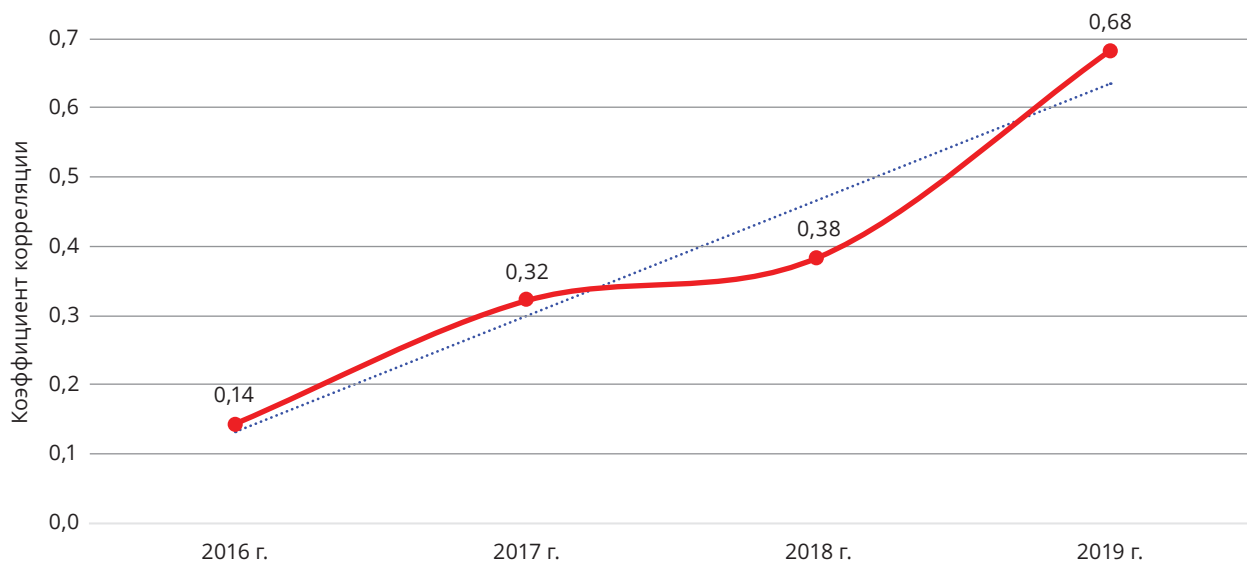
Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Эти показатели хорошо объясняют динамику электронного корпоративного рынка, поскольку, по данным опросов крупнейших корпоративных заказчиков, проведённых RAEX в 2016–2020 годах, отмечается неуклонное увеличение корреляции между изменением доли проводимых в электронной форме закупок компаний и динамикой их совокупного объёма (в стоимостном выражении, сопоставимые данные) (**график 6, стр. 12**).

В настоящее время эту взаимосвязь можно признать значимой (коэффициент корреляции 0,68). Иными словами, одним из наиболее важных факторов роста оборота электронной торговли в рассматриваемом сегменте является дальнейшая цифровизация закупок тех компаний, которые уже являются участниками электронного рынка. При этом снижалась значимость иных факторов, влияющих на динамику объёмов закупок в электронной форме, в первую очередь — рост или сокращение совокупных закупочных бюджетов компаний в целом.

График 6

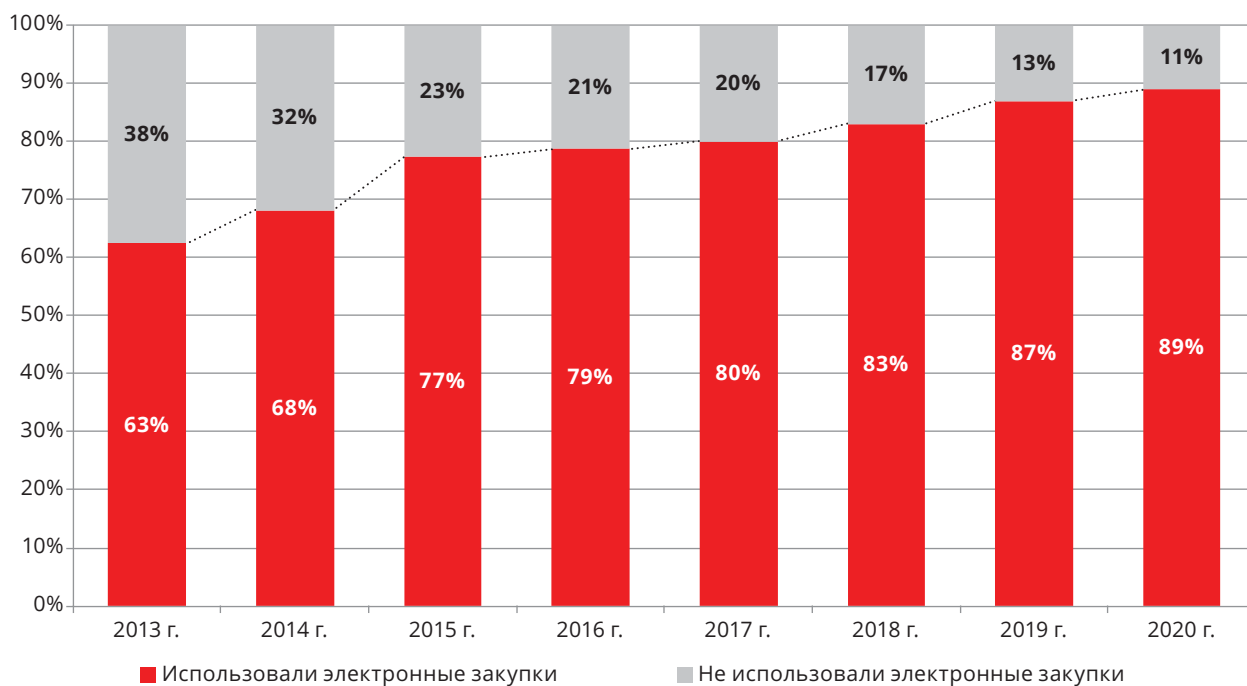
Взаимосвязь между динамикой доли проводимых в электронной форме закупок и динамикой их объёмов в последние годы неуклонно росла (изменение корреляции между показателями динамики доли проводимых в электронной форме закупок и динамики их объёма, к предыдущему году)



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

График 7

Темпы прироста доли крупнейших заказчиков, внедривших электронные закупки, остаются стабильно низкими



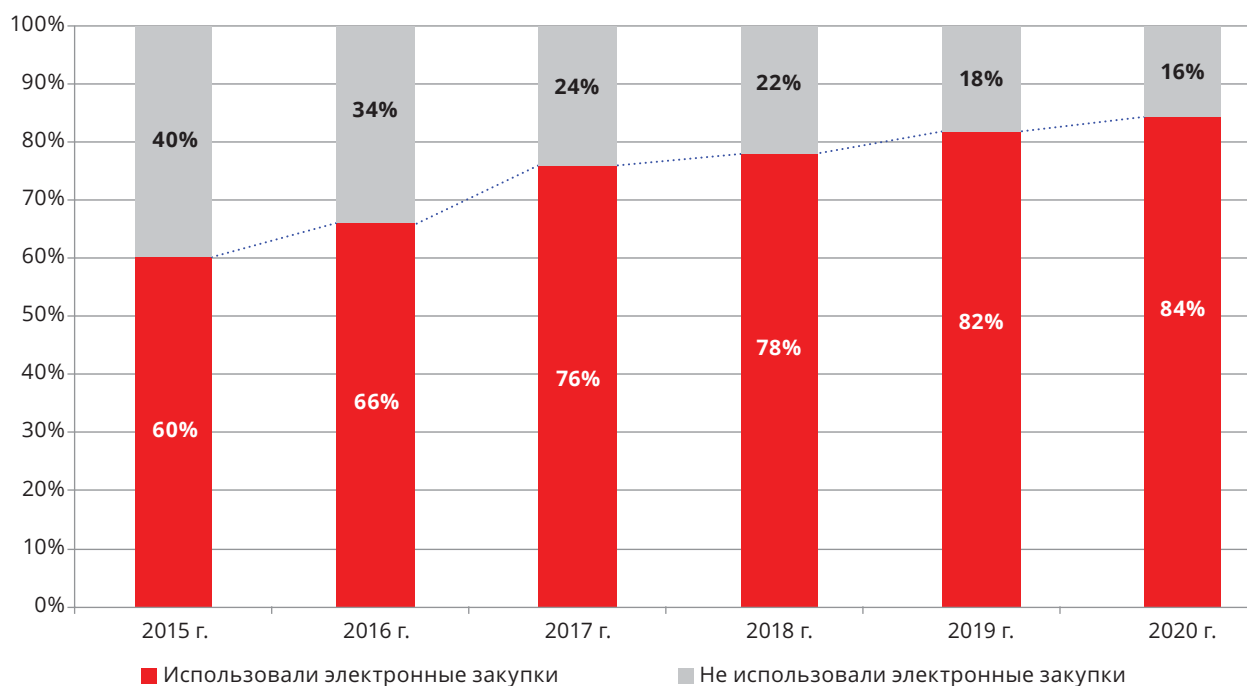
Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таким образом, наиболее важными драйверами роста межкорпоративного электронного рынка в течение последних лет стал рост проникновения электронных закупок в немногочисленных незанятых отраслевых нишах, а также продолжающаяся цифровизация закупок компаний, уже участвующих в межкорпоративной электронной торговле в качестве заказчиков. По всей вероятности, в немалой степени именно это обстоятельство обусловило устойчивый рост электронного межкорпоративного рынка в последние годы, поскольку эти факторы обеспечивают его органический рост и мало подвержены влиянию внешних шоков. Эти же факторы, как можно прогнозировать, обеспечат быстрое восстановление темпов роста рынка в 2021 году, сперва в нерегулируемом сегменте, а потом и в сегменте закупок по 223-ФЗ.

Вместе с тем, как это неоднократно отмечалось нами в исследованиях межкорпоративного электронного рынка прошлых лет, эти факторы не могут обеспечить устойчивый рост электронного межкорпоративного рынка в долгосрочной перспективе. Рынок услуг ЭТП в сегменте закупок крупнейших компаний близок к насыщению. На это указывает замедление прироста доли крупнейших заказчиков, использующих электронные закупки, как среди участников опроса и анкетирования (*график 7, стр. 12*), так и среди самых крупных заказчиков в целом (*график 8*).

График 8

Темпы прироста доли самых крупных корпоративных заказчиков, использующих электронные закупки, снижаются четвертый год подряд (доля в общей численности корпоративных заказчиков, входящих в топ-200 рейтинга RAEX-600, %)



Источник: RAEX

Несмотря на существенный рост доли заказчиков, для которых электронные процедуры являются основным или единственным инструментом проведения закупок, средний показатель доли закупок, проводимых респондентами в электронной форме, вырос в 2019 году незначительно по сравнению с данными анкетирования прошлого года (77% и 81% соответственно).

Также можно отметить, что в рассматриваемом сегменте закупок крупнейших компаний за последние три-четыре года операторами ЭТП были практически

полностью освоены наиболее привлекательные свободные ниши, которые обеспечивали как наибольший прирост клиентского портфеля, так и объёмов электронных закупок.

По данным, полученным RAEX в результате анкетирования за 2016–2019 годы, наибольшую долю компаний из топ-200 по объёмам выручки, внедривших в указанный период закупки в электронной форме, составили компании розничной и оптовой торговли, обрабатывающей промышленности (в первую очередь, машиностроения, пищевой промышленности, металлургии), добывающей промышленности (нефтегазовые компании), финансового сектора и транспорта (*график 9*).

График 9

Розничная торговля, финансовый сектор, машиностроение, нефтегазовая и пищевая промышленность в течение последних лет были наиболее динамичными отраслевыми секторами электронного рынка в сегменте закупок крупнейших компаний



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Компании розничной торговли, финансового сектора, машиностроения и пищевой промышленности также входят в число лидеров по средним ежегодным темпам роста объёмов закупок в электронной форме среди участников анкетирования (по сопоставимым данным). В целом, можно сказать, что именно эти отрасли являлись лидерами роста на электронном рынке в рассматриваемом сегменте.

Также высокие средние темпы роста в течение последних трёх лет демонстрировали компании электроэнергетики, инжиниринга и инфраструктурного строительства, однако вклад из этих отраслей в увеличение доли крупнейших компаний, внедривших электронные закупки в течение 2016–2019 годов, был невелик. Отчасти это объясняется тем, что проникновение электронных закупок в этих секторах рынка уже очень велико.

График 10

Наибольший прирост клиентского портфеля ЭТП в 2020 году обеспечили заказчики из «традиционных» отраслей, являющихся системообразующими для электронного рынка B2B (доля операторов ЭТП, указавших отрасль в числе топ-5 отраслей, обеспечивших в 2020 году наибольший приток новых клиентов из числа крупных корпоративных заказчиков, %)



Источник: RAEX (по данным анкетирования операторов ЭТП)

В то же время, по данным опроса операторов ЭТП, наибольший вклад в рост клиентского портфеля корпоративных заказчиков крупнейших площадок в 2020 году сделали инфраструктурное строительство, машиностроение, транспорт и логистика, коммунальное хозяйство и пищевая промышленность (**график 10**). В целом наиболее значимыми для ЭТП с точки зрения привлечения новых корпоративных заказчиков, в 2020 году стали отрасли обрабатывающей промышленности — в совокупности их доля составляет 33% в общем количестве ответов. Характерно, что такие отрасли-«чемпионы» прошлых лет, как компании финансового сектора и АПК назвали абсолютное меньшинство опрошенных операторов, а розничную и оптовую торговлю не назвал ни один из них.

Последствия локдауна: всё, что нас не убивает, делает нас сильнее

Локдаун и высокая волатильность валютного курса, которыми ознаменовалось первое полугодие 2020 года, стали для электронного рынка и рынка услуг ЭТП настоящей проверкой на прочность.

В частности, уже в первом квартале прошлого года отмечались серьёзные трудности с расчётами между контрагентами в условиях реализовавшихся валютных рисков, сложности с планированием производства в условиях повышенной неопределённости и нарушения устоявшихся логистических цепочек, проблемы, связанные с экстренными изменениями утверждённых планов закупок. Эти факторы создали реальные риски дезорганизации межкорпоративного электронного рынка и могли негативно повлиять на предложение и качество конкурентной среды на нём. Данные анкетирования крупнейших корпоративных заказчиков и операторов ключевых электронных торговых площадок показывают, что эти риски не реализовались.

Так, по итогам 2020 года демонстрируют позитивную динамику показатели, характеризующие уровень конкуренции в электронных закупочных процедурах. По данным анкетирования компаний отмечается значительный рост среднего количества участников закупочных процедур — с 4,1 до 4,7 участников (по сопоставимым данным, см. график 11).

График 11



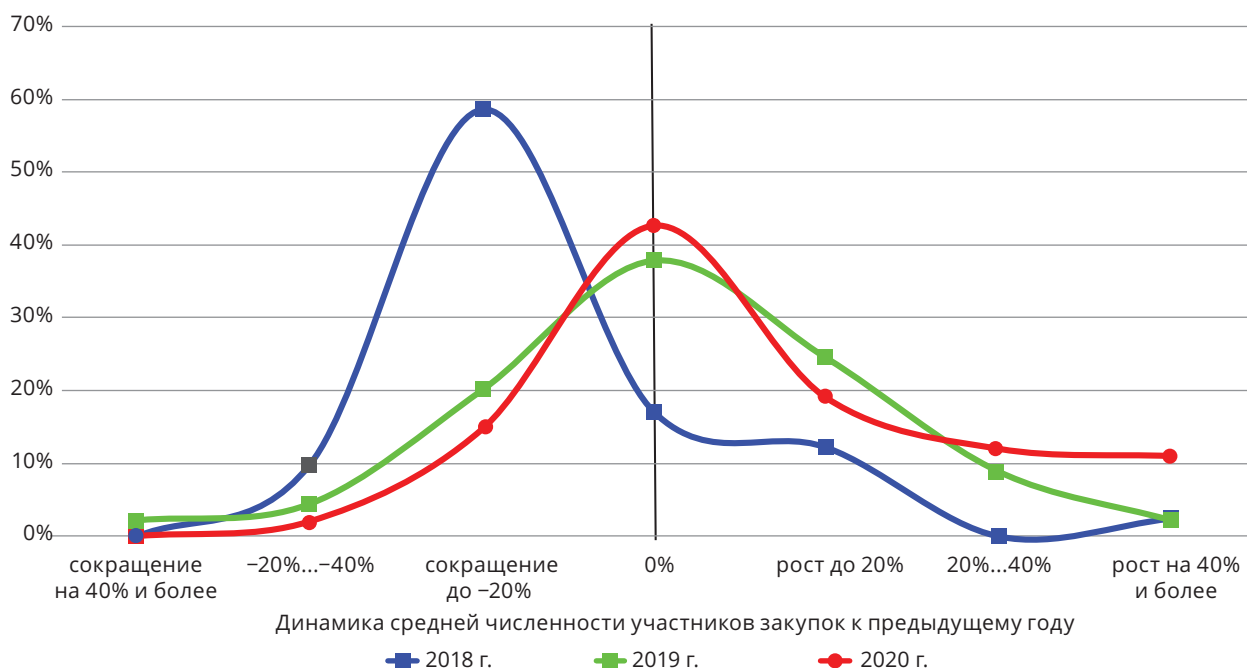
Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Также по сравнению с результатами прошлогоднего исследования заметно выросла доля респондентов, указавших на позитивную динамику этого показателя в своих закупочных процедурах. Хотя большинство участников анкетирования, как и в 2019 году, отметили, что среднее число участников проводимых ими закупок по сравнению с прошлым годом не изменилось (такие данные предоставили 38% и 43% респондентов соответственно), по данным анкетирования 2020 года 42%

компаний отметили позитивную динамику этого показателя. При этом 23% опрошенных заказчиков отметили существенный рост среднего количества участников закупочных процедур по сравнению с 2019 годом — на 20% и более. Год назад такие заказчики составляли лишь 11% опрошенных. В то же время, отметившие сокращение среднего количества участников опрошенные компании в 2020 году составили 17% опрошенных по сравнению с 27% годом ранее (*график 12*).

График 12

Более 36% компаний сообщили о росте среднего количества участников в своих электронных закупках в 2019 году
(распределение оценок респондентов, % в общем количестве)



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

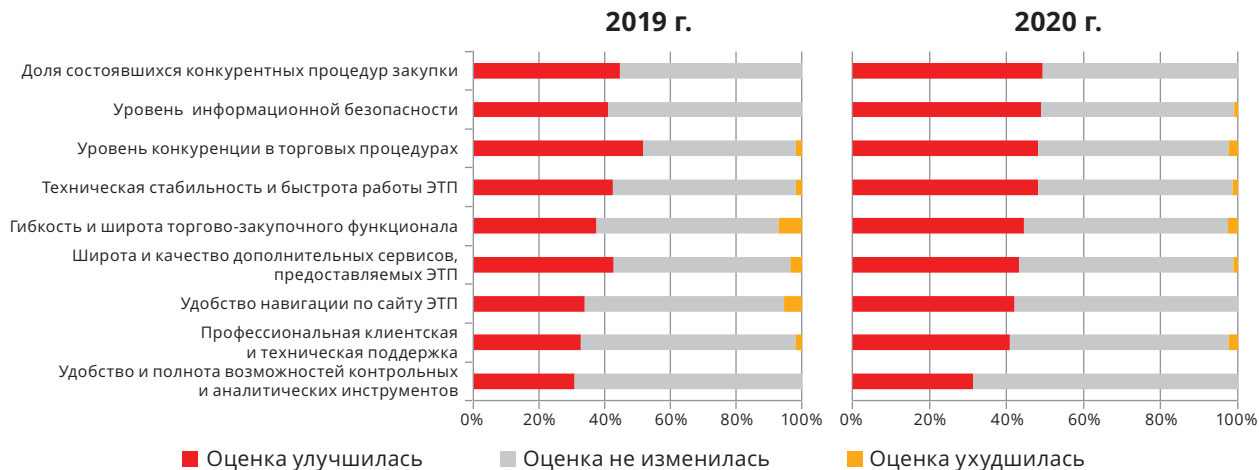
Почти половина опрошенных компаний отметила позитивные изменения качества услуг ЭТП по двум ключевым параметрам оценки, непосредственно характеризующим качество конкурентной среды в закупках — доле состоявшихся конкурентных закупочных процедур и уровне конкуренции в закупочных процедурах. Позитивные изменения по эти двум параметрам отметили, соответственно, 49% и 48% респондентов. При этом негативные изменения в уровне качества услуг ЭТП по параметру «Уровень конкуренции в торговых процедурах» отметили, как год назад, всего 2% респондентов, а по параметру «Доля состоявшихся конкурентных процедур закупки» таковых не оказалось вовсе (*график 13, стр. 18*).

Также выросла средняя оценка опрошенными компаниями уровня конкуренции в проводимых ими закупочных процедурах (*график 14, стр. 18*). В целом, по сравнению с 2019 годом средние оценки качества услуг ЭТП заметно выросли по всем наблюдаемым параметрам.

Нельзя не отметить, что по сравнению с 2019 годом существенно выросла доля респондентов, отметивших положительную динамику эффективности проводимых ими электронных закупок, с точки зрения снижения затрат. В ходе анкетирования об этом сообщили 58% опрошенных компаний по сравнению с 32% годом ранее (*график 15, стр. 19*).

График 13

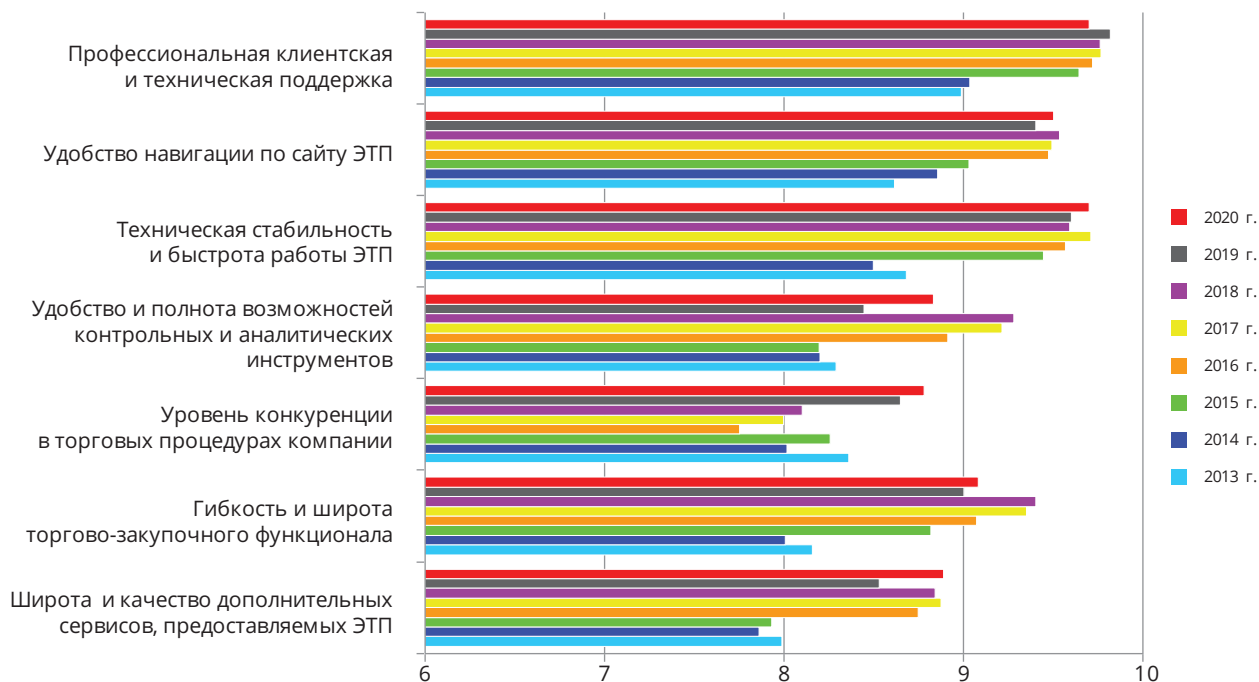
В 2020 году значительная доля респондентов позитивно оценила изменение уровня конкуренции в закупочных процедурах по сравнению с предыдущим годом



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

График 14

Средняя оценка уровня конкуренции в проводимых респондентами закупочных процедурах на фоне трудностей 2020 года выросла

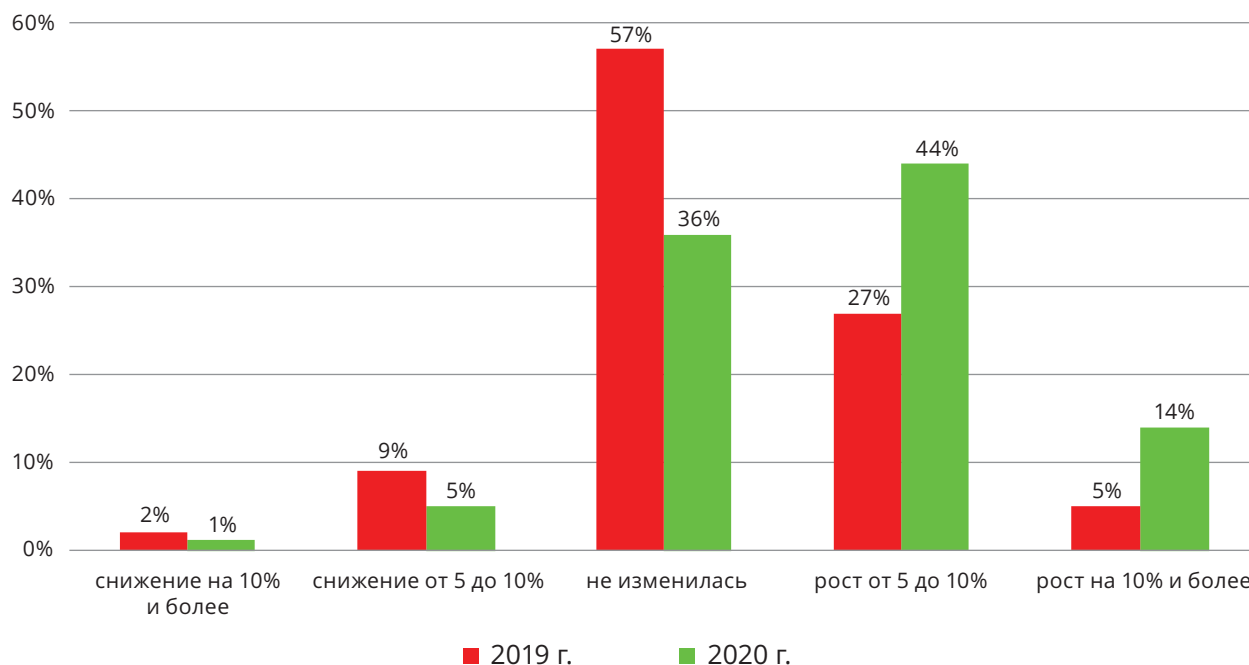


Средневзвешенная оценка респондентов (1 — минимальный балл, 10 — максимальный балл)

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

График 15

Большинство заказчиков позитивно оценивают динамику эффективности своих электронных закупок (оценка компаний из мнения об эффективности закупок в электронной форме в 2019 году по сравнению с 2018 годом, доля в общем количестве респондентов, %)



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таким образом, межкорпоративный электронный рынок относительно безболезненно справился с вызовами «трудного года». Уход с рынка отдельных поставщиков, как представляется, был нивелирован следующими факторами. Во-первых, локдаун объективно способствовал притоку новых поставщиков на электронный рынок, а также стимулировал их активность. В условиях, когда физическое взаимодействие с заказчиками было затруднено, для многих компаний электронный рынок стал основным, если не единственным доступным каналом продаж.

Во-вторых, позитивную роль сыграл маркетинг закупок, в том числе — предоставляемые операторами услуги по проактивному привлечению потенциальных участников в закупочные процедуры. Как показано ниже, востребованность такого рода услуг в 2020 году заметно выросла.

В-третьих, для пользующихся услугами крупнейших ЭТП заказчиков дезорганизующее влияние локдауна было во многом нивелировано возможностями площадок по внедрению электронного документооборота или расширению сферы его применения.

Наконец, предложение на электронном рынке стимулировали меры государственной поддержки субъектов МСП, в том числе в сфере закупок по 223-ФЗ с участием таких компаний.

Чрезвычайные обстоятельства 2020 года не могли не повлиять на взаимодействие между крупнейшими корпоративными заказчиками и операторами ЭТП. В ходе подготовки этого исследования мы попросили операторов крупнейших площадок, работающих в сегменте B2B, назвать наиболее насущные проблемы, с которыми столкнулись их клиенты в условиях пандемии.

Вполне предсказуемо наиболее часто упоминаемой проблемой стали трудности с организацией удалённой работы закупочного офиса компании (*график 16*). На втором месте по упоминаемости — проблемы, связанные с необходимостью экстренной корректировки планов закупок и, в целом, планирования закупок в форс-мажорных обстоятельствах. Среди острых проблем также назывались неприспособленность законодательства и собственных локальных нормативных актов компаний к проведению закупок в форс-мажорных ситуациях и экстренной реорганизации закупочной деятельности компаний в условиях пандемии (упоминалась, в первую очередь, операторами, ядро заказчиков которых составляют компании, проводящие закупки по 223-ФЗ), а также нарушение логистических цепочек, сложности с закупками логистических услуг, проблемы со своевременностью поставок. Наконец, в качестве наиболее острой проблемы ряд операторов отметили снижение финансовой устойчивости поставщиков и возникновение у них кассовых разрывов, препятствующих исполнению контрактов.

График 16

Средняя оценка уровня конкуренции в проводимых респондентами закупочных процедурах на фоне трудностей 2020 года выросла



Источник: RAEX (по данным анкетирования операторов ЭТП)

Изменение повестки отразилось на востребованности заказчиками услуг ЭТП. В целом, как отмечают многие операторы, в чрезвычайных условиях первой половины 2020 года заказчики начали более полно использовать возможности, предоставляемые функционалом крупнейших площадок и оказываемыми ими услугами.

Наиболее востребованными заказчиками в условиях локдауна стали информационно-аналитические инструменты, помогающие в управлении рисками, связанными с финансовой устойчивостью и деловой репутацией участников закупок (проверка контрагентов, рейтинги деловой репутации поставщиков и т.д.) (*график 17, стр. 21*). Также, согласно оценке опрошенных операторов, пандемия существенно повлияла

на востребованность предлагаемых площадками инструментов оперативного контроля, мониторинга и аналитического сопровождения закупочной деятельности. Причина понятна: экстраординарные обстоятельства, в которых пришлось работать корпоративным заказчикам, и связанная с ними высокая степень неопределённости обусловили повышение спроса на оперативную и качественную информацию.

Также нарушение сложившихся цепочек поставок привели к росту востребованности сервисов для проведения быстрых закупок малой стоимости (различных видов B2B-магазинов и маркетплейсов), а также маркетинга закупок (проактивное привлечение участников в закупочные процедуры).

В условиях перевода многих предприятий на удалённый режим работы, а также объективной невозможности физического взаимодействия между заказчиком и поставщиками, выросла востребованность услуг по организации электронного документооборота и организации виртуального закупочного офиса.

Помимо прочего, в числе востребованных заказчиками услуг операторы называли инструменты цифрового аудита производства поставщиков, цифрового логистического контроля поставок, а также проведение обучающих мероприятий в онлайн-форматах.

График 17

Наиболее востребованными услугами ЭТП со стороны заказчиков в условиях пандемии стали аналитические и контрольные инструменты, а также маркетинг закупок



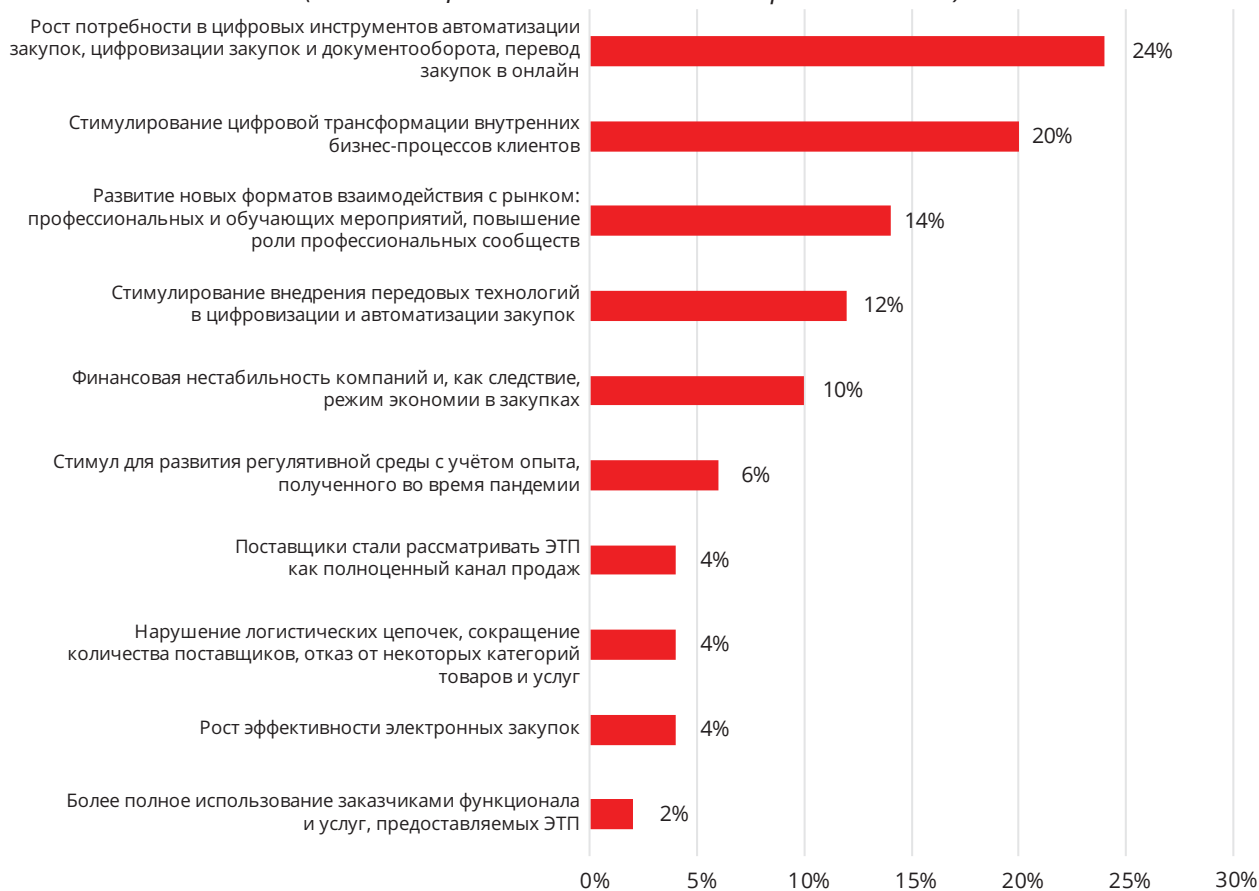
Средняя оценка респондентов по 5-балльной шкале, где 1 балл — пандемия не повлияла на востребованность услуги, 5 баллов — пандемия сильно повлияла на востребованность услуги

Источник: RAEX (по данным анкетирования операторов ЭТП)

В целом, по мнению опрошенных операторов ЭТП, опыт «трудного» 2020 года будет оказывать долгосрочное влияние на развитие электронного рынка в России. Причем речь идет в основном о позитивных последствиях (график 18, стр. 22).

График 18

По мнению операторов, пандемия стимулировала процессы цифровизации закупок и цифровой трансформации закупочной деятельности компаний
(доля в общем количестве ответов респондентов)



Источник: RAEX (по данным анкетирования операторов ЭТП)

Пандемия и вызванный ею локдаун, по наблюдениям операторов, стали мощным стимулом для цифровизации закупочных процедур и связанного с ними документооборота, а также перевода закупочных процедур в онлайн.

Насколько острой была эта потребность, показывает пример ряда добывающих компаний «второго эшелона», которые до сих пор оставались привержены использованию «бумажных» закупочных процедур. В условиях локдауна они были вынуждены в экстренном порядке переводить процедуры взаимодействия с участниками конкурентных закупок в цифровой формат, то есть обмениваться электронными документами по электронной почте. При этом этим заказчикам для обеспечения конфиденциальности заявок пришлось в буквальном смысле слова «изобретать велосипед» — в частности, поставщикам предлагалось высылать ценовые заявки в виде зашифрованных архивов, пароли к которым нужно было передать только после начала «вскрытия» заявок конкурсной комиссией. Излишне говорить, что шифрование заявок и обеспечение их конфиденциальности является базовым функционалом любой сколько-нибудь крупной электронной торговой площадки.

«Многие заказчики в этот период действительно оценили, что уже есть готовая инфраструктура для проведения закупочных процедур, в том числе рассчитанная на удалённый режим работы сотрудников, на онлайн-взаимодействие и подписание документов. Что-то уже было реализовано, что-то нам пришлось оперативно

перевести в онлайн, например, продление срока действия электронной подписи, проведение заседаний закупочных комиссий и подписание протоколов», — комментирует генеральный директор Сбер А (АО «Сбербанк АСТ») **Николай Андреев**.

Параллельно форс-мажорные обстоятельства подтолкнули дальнейшую цифровую трансформацию внутренних бизнес-процессов заказчиков. Причём, по оценкам опрошенных операторов ЭТП, локдаун стал стимулом как для компаний, только начавших цифровизацию основных бизнес-процессов закупочной деятельности, так и заказчиков, достигнувших значительно более высоких стадий цифровой зрелости. Как следствие, заказчики стали более активно внедрять передовые технологии для автоматизации закупок — в частности, многие опрошенные операторы отметили рост популярности облачных решений и решений на базе технологий искусственного интеллекта и машинного обучения, позволяющие сократить нагрузку на сотрудников закупочного офиса. Также локдаун привёл к появлению новых онлайн-форматов взаимодействия заказчиков и операторов ЭТП с участниками рынка, в частности, на совершенно новый уровень вышли онлайн-конференции, обучающие мероприятия, вебинары.

Наконец, по мнению участников рынка услуг ЭТП, значимым краткосрочным последствием пандемии стало сокращение закупочных бюджетов компаний, введение режима экономии в закупках, максимально полное использование заказчиками складских запасов, переориентация на контрагентов, находящихся в «шаговой доступности», в связи с дезорганизацией логистических цепочек. Характерно, что это единственное негативное последствие пандемии, отмеченное опрошенными операторами ЭТП, которое к тому же было в значительной мере преодолено во втором полугодии 2020 года.

В целом, в условиях реализации глобального и непрогнозируемого риска, каким можно признать пандемию, электронный рынок B2B приобрёл значительно больше, чем потерял. В очередной раз получил подтверждение тезис, что рынок услуг ЭТП живёт по принципу «чем хуже, тем лучше». Электронные закупки — инструмент снижения затрат и повышения адаптивности компаний к внешним шокам, поэтому электронный рынок в целом и рынок операторов ЭТП в кризисных условиях получили дополнительные стимулы для развития.

Госрегулирование рынка услуг ЭТП: некоторые итоги реформы

Состоявшаяся в 2018–2019 годах реформа регулирования закупок субъектов 223-ФЗ и 44-ФЗ⁴ стала важнейшим фактором развития рынка услуг ЭТП и межкорпоративного электронного рынка в течение последних трёх лет. Цифровизация закупок у субъектов МСП в соответствии с 223-ФЗ и проведённый Правительством РФ отбор уполномоченных на проведение таких закупок операторов ЭТП, как показали данные исследования RAEX, уже к началу 2019 года привели к значительному реформатированию конкурентного рынка услуг ЭТП в сегменте корпоративных закупок, несмотря на то, что формально основные положения изменений в регулировании закупок субъектов 223-ФЗ напрямую не затрагивали сложившуюся на тот момент модель конкуренции операторов электронных площадок.

⁴ Федеральные законы от 31 декабря 2017 г. №504-ФЗ и №505-ФЗ.

⁵ Кабалинский Д.И., Миндич Д.А. Аналитический обзор «ЭТП в России: игра по новым правилам». М., RAEX (РАЭК-Аналитика), 2019. Доступно по ссылке: <https://raex-a.ru/researches/etp/2019>

В настоящее время тема ограничения круга операторов ЭТП, уполномоченных для проведения регулируемых закупок, вновь приобрела актуальность. В 2020 году широко обсуждались предложения ФАС РФ о внесении поправок в законодательство, предусматривающих создание закрытого перечня ЭТП для проведения всех закупок субъектов регулирования 223-ФЗ. На момент публикации настоящего обзора вероятность проведения такого отбора, а также его параметры и критерии не были известны. Пока невозможно прогнозировать, приведёт ли он к новому переформатированию рынка услуг ЭТП или же зафиксирует сложившийся на нём статус-кво. Не менее актуальной и обсуждаемой темой стало проведение проверки отобранных универсальных операторов ЭТП на соответствие на предмет соответствия единым и дополнительным требованиям к площадкам, отобранным Правительством РФ для проведения госзакупок, которая изначально планировалась на 2021 год, однако впоследствии была перенесена на январь 2022 года. В связи с этим вполне уместно в целом проанализировать, к каким последствиям по состоянию на конец 2020 года привела предыдущая масштабная реформа госрегулирования 2018 года, благо накопленные данные позволяют это сделать.

Данные анкетирования крупнейших операторов электронных торговых площадок однозначно демонстрируют, что наметившаяся ещё в конце 2018 года сегментация рынка услуг ЭТП на две неравные части — отобранных универсальных ЭТП и площадок, не прошедших отбор, углубляется. Крупнейшие не прошедшие отбор ЭТП окончательно переориентировались на обслуживание нерегулируемых (коммерческих) корпоративных закупок: в среднем их доля в совокупном обороте закупок, проведённых на таких площадках, в 2020 году выросла до 97% по сравнению с 74% в 2018 году (*график 19*).

График 19



Источник: RAEX (по данным анкетирования операторов ЭТП)

Однако, в свою очередь, универсальные ЭТП, активно работающие на межкорпоративном рынке, очевидно, не собираются ограничиваться одним лишь только сегментом закупок по 223-ФЗ: в среднем, доля нерегулируемых корпоративных закупок в совокупном обороте B2B-торговли на таких площадках выросла с 12% в 2018 году до 30% в 2020 году (*график 20*). Стоит отметить, что в число таких закупок также могут входить нерегламентированные процедуры государственных компаний и их ДЗО. Тем не менее, данные проводимого RAEX мониторинга активности крупнейших российских компаний на электронном рынке B2B однозначно свидетельствуют о возросшей активности крупнейших универсальных операторов в привлечении клиентов из числа частных и иностранных компаний. Можно предположить, что в этой ситуации крупные операторы, не прошедшие отбор, будут в ближайшие годы испытывать дополнительное давление со стороны универсальных электронных площадок, которые, благодаря реформе, оказались в привилегированном положении.

«Расширение клиентской базы за счёт привлечения новых частных корпоративных заказчиков является одним из приоритетных направлений развития нашей ЭТП. Хотя как федеральная площадка мы обязаны показывать определённые результаты — объёмы в области государственных закупок и закупок госкомпаний. Поэтому мы активно развиваемся в нескольких направлениях одновременно, при этом частный коммерческий рынок представляет для нас высокий интерес», — комментирует генеральный директор АО «ТЭК-Торг» **Дмитрий Сытин**.

График 20



Источник: RAEX (по данным анкетирования операторов ЭТП)

Вместе с тем, прогнозы о скорой консолидации рынка операторов ЭТП и о завоевании крупнейшими универсальными площадками доминирующего положения на межкорпоративном электронном рынке в целом, пока не оправдываются. По данным Минфина РФ, по итогам первого полугодия 2020 года по сравнению с концом 2018 года количество ЭТП, на которых проводились закупки в соответствии с 223-ФЗ,

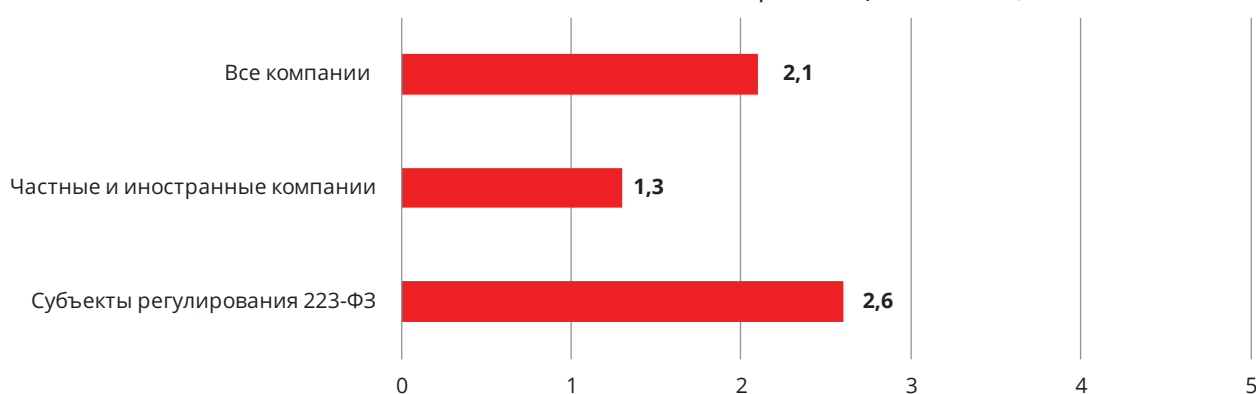
сократилось всего на 17,3% (с 81 до 67 ЭТП), причём рынок не покинула ни одна из значимых ЭТП, оказывавших услуги по проведению закупок крупнейших корпоративных заказчиков.

Истекшие с момента завершения реформы два года были отмечены всего одной заметной сделкой слияния-поглощения на рынке операторов ЭТП — в первой половине 2020 года «Российский аукционный дом» (РАД, оператор одной из универсальных ЭТП, отобранных Правительством РФ для проведения госзакупок) сообщил о приобретении 100% в уставном капитале ООО «Сэтонлайн» (оператор ЭТП SETOnline), которая ранее занимала значимые позиции в сегменте закупок государственных компаний телекоммуникационной отрасли.

А что же сами корпоративные заказчики? Как показали данные анкетирования 2020 года, для них изменение государственного регулирования электронного рынка прошло, в целом, безболезненно, несмотря на то, что реформа стимулировала значительную миграцию заказчиков-субъектов 223-ФЗ с площадок, не допущенных к проведению регулируемых закупок у субъектов МСП, на универсальные ЭТП. В среднем, опрошенные заказчики оценили влияние реформы на организацию и проведение своей закупочной деятельности по 5-балльной шкале (1 балл — «не повлияла совсем», 5 баллов — «оказала решающее влияние») в 2,1 балла (**график 21**). При этом оценки компаний-субъектов 223-ФЗ не отличаются принципиально от оценок частных и иностранных компаний (в среднем 2,6 балла по сравнению 1,3 баллами соответственно).

График 21

Крупнейшие компании сдержанно оценивают влияние реформы государственного регулирования электронного рынка 2018–2019 годов на свою закупочную деятельность (средние оценки влияния отбора уполномоченных ЭТП для закупок по 44-ФЗ и у субъектов МСП по 223-ФЗ на закупочную деятельность респондентов по 5-балльной шкале, где 1 балл — «не повлиял совсем», 5 баллов — «оказал решающее влияние»)



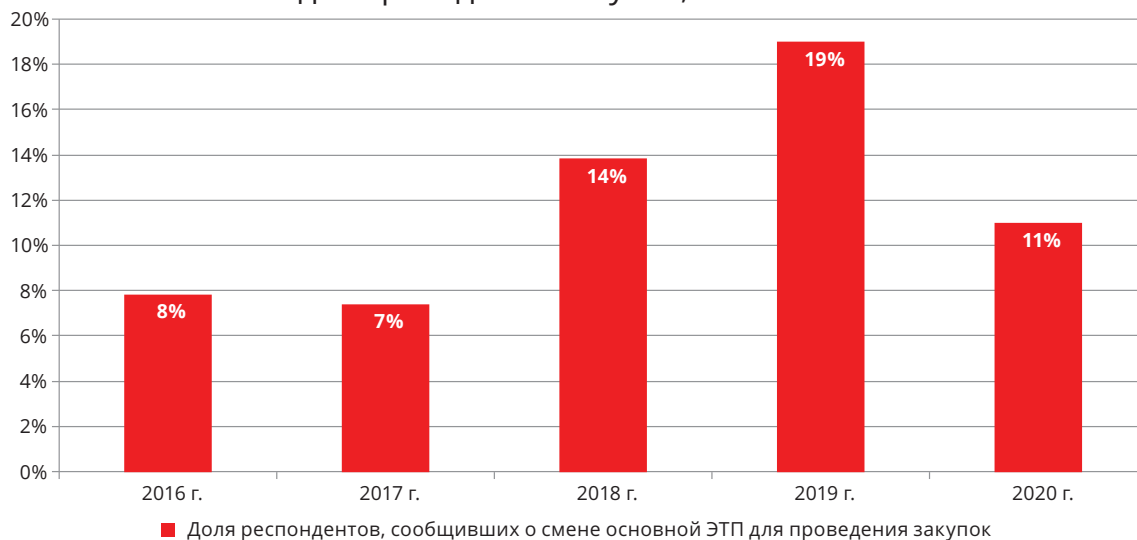
Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Ещё одно интересное наблюдение по итогам опроса и анкетирования 2020 года — снижение доли заказчиков, сообщивших о смене основной ЭТП для проведения закупок в течение года, (до 11% респондентов по сравнению с 19% респондентов годом ранее, **график 22, стр. 27**). Вызванная реформой «миграция» крупнейших корпоративных заказчиков от одних операторов ЭТП к другим, которая, как это было показано в исследовании 2019 года, затронула в основном компании-субъекты 223-ФЗ, прошла свой пик. Скорее всего, в ближайшее время доля компаний, сообщивших о смене основной ЭТП для проведения закупок, вернётся к уровню 2016–2017 годов,

когда «миграция» крупных заказчиков была скорее исключением из правил: смена оператора ЭТП для крупной компании, как правило, связана со значительными трудностями, поэтому заказчикам необходимы серьёзные стимулы, чтобы решиться на такой шаг.

График 22

Доля респондентов, сообщивших о смене основной ЭТП для проведения закупок, снизилась



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таким образом, реформа и связанный с ней отбор универсальных ЭТП оказались достаточно комфортны для крупнейших корпоративных заказчиков. В то же время, основными последствиями реформы для рынка услуг ЭТП по итогам двух с половиной лет, прошедших с момента её реализации, стало углубление его сегментации и специализации не прошедших отбор операторов на обслуживание нерегулируемого сегмента, и, одновременно, усиление позиций крупнейших универсальных операторов как в регулируемом, так и в нерегулируемом сегментах межкорпоративного электронного рынка.

Рейтинг качества услуг ЭТП по оценкам крупнейших заказчиков

Топ-3 рейтинга качества услуг операторов ЭТП по оценкам крупнейших корпоративных заказчиков по итогам 2020 года не изменился по сравнению с прошлогодним рейтингом. Вместе с тем нельзя не отметить улучшение результатов ряда универсальных ЭТП, отобранных для проведения закупок в соответствии с 44-ФЗ, для которых межкорпоративный сегмент является приоритетным направлением развития бизнеса. Также, крупнейшие ЭТП, не прошедшие отбор и специализирующиеся в настоящее время на проведении нерегулируемых корпоративных закупок, в целом сумели сохранить свои позиции (таблица 1).

При этом уровень оценок качества услуг ведущих ЭТП со стороны их крупнейших клиентов остаются стабильно высоким (таблицы 2–9).

Таблица 1

Лучшие ЭТП по уровню удовлетворённости
корпоративных заказчиков качеством их услуг*

Место в ранкинге		Электронная торговая площадка	Итоговый балл	Средневзвешенная оценка респондентов, имевших опыт сотрудничества в качестве заказчика с данной ЭТП**	Доля в общем количестве оценок, %***
2020 год	2019 год				
1	1	АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	1,56	9,7	16,1
2	2	АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center)	1,47	9,1	16,1
3	3	АО «ТЭК-Торг»	1,43	9,6	14,9
4	7	Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	1,29	9,4	13,7
5	6	ООО «РТС-тендер»	0,60	7,2	8,3
6	4	Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	0,58	8,9	6,5
7	8	ООО «ЭТП ГПБ»	0,58	9,6	6,0
8	9	ЭТП ONLINECONTRACT	0,40	8,4	4,8
9	5	ООО «ТендерПро»	0,34	8,1	4,2
10	10	АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан» (ЭТП ZakazRF)	0,31	8,7	3,6
11	12	АО «ОТС»	0,22	7,3	3,0
12	11	ООО «ЭТП» (Etrpf.ru)	0,13	7,2	1,8
13	—	АО «Российский аукционный дом»	0,09	7,5	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 сотрудничества.

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таблица 2

Уровень конкуренции в торговых процедурах компаний

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,65
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center)	9,63
АО «ТЭК-Торг»	9,55
ЭТП ONLINECONTRACT	9,03
ООО «ТендерПро»	9,19
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,02
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	8,96
ООО «ЭТП» (Etprf.ru)	8,94

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таблица 3

Гибкость и широта торгово-закупочного функционала

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center)	9,79
АО «ТЭК-Торг»	9,78
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,68
ООО «ЭТП» (Etprf.ru)	9,63
ЭТП ONLINECONTRACT	9,59
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,49
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	9,06
ООО «ТендерПро»	9,06

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таблица 4

**Удобство и полнота возможностей
контрольных и аналитических инструментов**

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,98
АО «ТЭК-Торг»	9,97
ЭТП ONLINECONTRACT	9,48
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,27
ООО «ТендерПро»	9,06
ООО «ЭТП» (Etprf.ru)	9,04
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center)	8,86
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	8,69

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

* 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 трёх анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

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

Таблица 5

Широта и качество дополнительных сервисов,
предоставляемых ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	9,76
АО «ТЭК-Торг»	9,70
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,57
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,26
ООО «ТендерПро»	9,06
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов В2В-Center)	8,96
ООО «ЭТП» (Etrpf.ru)	8,91
ЭТП ONLINECONTRACT	8,84

Таблица 6

Техническая стабильность и скорость работы ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «ТЭК-Торг»	9,90
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,73
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,66
ЭТП ONLINECONTRACT	9,64
ООО «ТендерПро»	9,56
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов В2В-Center)	9,44
ООО «ЭТП» (Etrpf.ru)	9,24
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	9,23

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таблица 7

Удобство навигации по сайту ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,88
АО «ТЭК-Торг»	9,87
ЭТП ONLINECONTRACT	9,77
ООО «ЭТП» (Etrpf.ru)	9,63
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов В2В-Center)	9,33
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,13
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	8,98
ООО «ТендерПро»	8,91

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

* 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 трёх анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

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

Таблица 8

Качество клиентской и технической поддержки

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center)	9,93
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,92
ЭТП ONLINECONTRACT	9,90
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	9,89
АО «ТЭК-Торг»	9,88
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,85
ООО «ЭТП» (Etprf.ru)	9,63
ООО «ТендерПро»	9,06

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Таблица 9

Уровень информационной безопасности

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «ТЭК-Торг»	9,99
Сбер А (АО «Сбербанк АСТ»)	9,84
АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»)	9,81
АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center)	9,80
ЭТП ONLINECONTRACT	9,79
ООО «ЭТП» (Etprf.ru)	9,73
Группа компаний Фабрикант (ЭТП «НЭП-Фабрикант»)	9,66
ООО «ТендерПро»	9,53

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

* 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 трёх анкетах респондентов в качестве основной площадки для проведения закупок.

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

«Пандемия не оказала существенного влияния на механизм работы с рынком»

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



— Каковы результаты 2020 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Оказал ли локдаун существенное влияние на динамику электронного рынка B2B?

— Да, локдаун оказал влияние на рынок электронной коммерции. По нашей оценке, за период с апреля по август 2020 года количество процедур, опубликованных заказчиками, сократилось на 20% по отношению к аналогичному периоду прошлого года. С сентября 2020 года активность заказчиков стала возрастать, но по итогам года общий объём опубликованных процедур всё равно уступал показателям 2019 года.

— Стал ли локдаун дополнительным стимулом для цифровизации закупок компаний и использования ими ЭТП для проведения закупок?

— По нашему опыту могу сказать, что в начале пандемии, в условиях так называемой первой волны, введённые ограничения никак не повлияли на решения заказчиков о дополнительной цифровизации закупок, за исключением того, что рабочие встречи с целью обсуждения перспектив сотрудничества с площадкой переместились из оффлайн формата в онлайн. При этом по мере развития ситуации, в условиях продолжительного периода спада экономической активности предприятия, чья выручка стала значительно сокращаться (а таких, к сожалению, большинство), стали задумываться об автоматизации закупочных процессов в связи с сокращением персонала.

— Какие дополнительные услуги вашей площадки оказались наиболее востребованными в условиях вызванного пандемией локдауна?

— К таким услугам относятся в первую очередь те, которые позволяют значительно сократить нагрузку на сотрудников, выполняющих те или иные операции вручную. Например, внедрённая нами в 2020 году платформа Business intelligence, разработанная с применением машинного обучения и позволяющая мгновенно обрабатывать десятки миллионов строк и гигабайт информации, предоставила заказчикам возможность мониторинга и формирования отчётности в реальном времени по десяткам показателей эффективности закупок, в то время как без использования данной платформы для сбора и учёта такой информации требуются десятки дней целого отдела, отвечающего за учёт закупочных процессов. Кроме того, значительную часть информации, предоставляемой нашей платформой, просто физически невозможно сформировать вручную в силу её рассредоточенности.

— С какими наиболее острыми проблемами столкнулись крупнейшие заказчики в связи с пандемией и в какой мере услуги и функционал вашей площадки помог им в решении этих проблем?

— По моему опыту общения, при переводе сотрудников на удалённую работу абсолютно все организации столкнулись с одними и теми же проблемами: контроль за производительностью сотрудников, значительно увеличенная нагрузка на сотрудников, вынужденных справляться с объёмом работы, ранее выполняемым сокращёнными сотрудниками, безопасное подключение к корпоративной сети, спад производительности труда из-за семейных обстоятельств и работы в домашних условиях, в меньшей степени располагающих к сосредоточенной работе.

Для снижения негативных последствий от указанных обстоятельств, мы предлагаем нашим заказчикам инструменты автоматизации рутинных действий, совершаемых сотрудниками при проведении закупок. Так, например, в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 31.10.2014 № 1132 «О порядке ведения реестра договоров, заключённых заказчиками по результатам закупок», заказчики обязаны указывать страну происхождения товара для всех объектов закупки, являющихся товарами.

Это требование значительно увеличивало трудозатраты заказчиков на этапе формирования сведений после заключения договора, на формирование которых отводится 3 рабочих дня.

Функционал АО «ЕЭТП» уже на этапах согласования или подписания договора между заказчиком и победителем позволяет осуществлять делегирование заполнения информации по ТРУ победителю, как стороне ответственной за поставку и обладающей исчерпывающей информацией по поставляемой продукции. По сути, формируется электронная спецификация, при этом заказчик в режиме онлайн имеет возможность наблюдать, какой информацией заполняется блок ТРУ и в любой момент перенять функции по заполнению на себя.

Кроме того, мониторингу за производительностью и объёмами работ, выполняемых сотрудниками заказчика в удалённом режиме, способствует функционал площадки по формированию отчётов по результатам интеграционного взаимодействия с ЕИС. С его помощью контролирующие подразделения заказчиков получают объективную информацию о нарушениях сроков при публикации сведений о договоре сотрудниками.

Коммерческим организациям, также размещающим закупки на нашей площадке, помогают такие функции личного кабинета, как раздел «Не забыть!», который отображает в едином интерфейсе информацию по всем актуальным закупкам и рассчитывает сроки для выполнения различных действий, обеспечена возможность заключения договоров в электронной форме по закупкам у единственного поставщика, что особенно актуально в условиях дистанционной работы, оптимизирована работа закупочных комиссий — предоставлена возможность допускать всех участников или ранжировать предложения по цене нажатием одной кнопки. И таких примеров очень много.

— Как приобретённый операторами в 2020 году опыт, как позитивный, так и негативный, может повлиять на развитие рынка услуг ЭТП в долгосрочной перспективе?

— Прошедший год значительно ускорил наступление четвёртой промышленной революции, а эпидемия коронавируса выступила её сильнейшим драйвером.

Достаточно обратить внимание на революционные изменения на рынке труда, резкий рост цифровизации процессов заказа бытовых и продовольственных товаров и появление технологических новшеств, допустим, в ресторанной сфере (например, массовый переход предприятий на использование бесконтактного QR-меню взамен меню на бумажных носителях).

Рынок же электронных площадок, как составная часть сферы электронной коммерции, не отстаёт от общемирового тренда по цифровизации экономики и активно развивает применение таких технологий, как блокчейн и большие данные. Так, АО «ЕЭТП» внедрило в 2020 году три сервиса на основе анализа больших данных и машинного обучения: об одном из них было сказано выше, к остальным относятся сервис прогнозирования вероятности незакрытия закупочных процедур, помогающий находить торги, где с высокой долей вероятности будет ноль или один участник, а также интеллектуальная система подбора поставщиков, приглашающая участников к торгам, основываясь на их предыдущем опыте участия в торгах, географии, анализе семантики самой закупки, истории поведения поставщика на других торговых площадках (всего учитывается более 300 аспектов, и в 8 из 10 случаев система верно определяет интерес поставщика, который подаёт заявку на рекомендованную ему процедуру).

— Является ли расширение клиентской базы за счёт привлечения новых частных корпоративных заказчиков приоритетом в развитии вашей ЭТП? Какими конкурентными преимуществами в этом сегменте рынка вы обладаете?

— Учитывая, что рынок закупок субъектов 223-ФЗ последние два года распределён между нашей площадкой и другими ключевыми игроками, безусловно, привлечение частного бизнеса на площадку ЕЭТП является приоритетным направлением нашей деятельности. Запустив год назад платформу для закупок частных компаний Росэлторг.Бизнес, мы продолжаем активно развивать её функционал для удовлетворения запросов наших частных клиентов и развития конкуренции в сфере электронных закупок. Так, в январе текущего года была настроена бесшовная интеграция платформы Росэлторг.Бизнес с Порталом поставщиков г. Москвы — интернет-ресурсом, предназначенным для автоматизации деятельности заказчиков и поставщиков при осуществлении оперативных сделок.

Объединение усилий выгодно как пользователям нашей площадки, так и Портала — поставщики, зарегистрированные на последнем, получили дополнительные рынки сбыта, а заказчики, осуществляющие закупки на платформе Росэлторг.Бизнес, — новые возможности для заключения более выгодных договоров.

— Продолжится ли, на ваш взгляд, дальнейшее сближение законодательного регулирования сегментов 44-ФЗ и 223-ФЗ? К каким последствиям для присутствующих на этих рынках операторов это приведёт? Как будет изменяться бизнес-модель отобранных для проведения регулируемых закупок операторов под влиянием развития законодательного регулирования.

— Думаю, Правительство РФ продолжит движение в сторону унификации закупочных процессов государственных заказчиков и субъектов 223-ФЗ, однако вряд ли стоит ожидать радикальных изменений в этом направлении по той причине, что крупные компании с государственным участием, являющиеся субъектами 223-ФЗ, осуществляя свою деятельность и предоставляя услуги своим клиентам вынуждены конкурировать с частными компаниями, функционирующими на этих

же рынках и не ограниченными рамками законодательства о закупках. Тем самым, компании с государственным участием уже теряют конкурентное преимущество из-за продолжительности и зарегламентированности процедуры поиска контрагентов и заключения с ними договоров, а перевод закупочных процессов компаний с государственным участием с 223-ФЗ под действие 44-ФЗ сделал бы невозможным успешное функционирование таких предприятий в принципе.

При этом в закон о закупках отдельных видов юридических лиц периодически вносятся изменения, меняются схемы интеграционного взаимодействия с Единой информационной системой в сфере закупок и для операторов электронных площадок последствия в данном случае выражаются в необходимости осуществления функциональных доработок на своей стороне согласно вносимым изменениям.

— Чего вы ожидаете от проведения нового анонсированного отбора операторов ЭТП в сегменте закупок по 223-ФЗ? Приведёт ли он к изменению рынка услуг операторов ЭТП в регулируемых сегментах, или же закрепит результаты реформы государственного регулирования этого рынка 2018 года?

— В случае сокращения числа операторов электронных площадок для проведения всех закупок в электронной форме, а не только тех, которые проводятся среди субъектов МСП для нужд компаний с государственным участием и субъектов естественных монополий, кардинальных изменений не произойдёт, ведь на текущий момент более 80% закупок субъектов 223-ФЗ размещаются на четырёх ведущих площадках и незначительный объём остальных закупок перейдёт на эти площадки. ◀

«Нам зачастую удаётся опережать потребности клиентов»

Николай Андреев,
генеральный директор «Сбер А»



— Каковы результаты 2020 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Оказал ли локдаун существенное влияние на динамику электронного рынка B2B?

— Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19, безусловно, внесла свои корректировки во многие сектора экономики. Крупнейшие экономики мира оказались не готовы к пандемии: весной 2020 года одна за другой страны объявляли локдауны и замораживали работу целых отраслей, чтобы остановить распространение вируса.

Если говорить о закупках, то тут важно отметить, что проведение их по большей части осуществляется в электронной форме и даже на периоды изоляции, торги проводились и проходили в штатном режиме.

В период пандемии по сравнению с 2019 годом количество закупок, проводимых по 223-ФЗ, на электронной площадке АО «Сбербанк-АСТ» снизилось незначительно, в пределах 10%.

— С какими наиболее острыми проблемами столкнулись крупнейшие заказчики в связи с пандемией и в какой мере услуги и функционал вашей площадки помог им в решении этих проблем?

— Многие заказчики в этот период действительно оценили, что уже есть готовая инфраструктура для проведения закупочных процедур, в том числе, рассчитанная на удалённый режим работы сотрудников, на онлайн взаимодействие и подписание документов. То есть мы оказались готовы к такой нестандартной ситуации.

Важнее всего то, что все клиенты продолжили получать полный объём услуг. Что-то уже было реализовано, что-то нам пришлось оперативно перевести в онлайн — например, продление срока действия электронной подписи, проведение заседаний закупочных комиссий и подписание протоколов.

Конечно, была востребована поддержка процессов организации закупок в условиях удалённой работы. Мы сразу запустили «горячую линию» по вопросам закупок в условиях пандемии, с учётом ограничений и актуальных поправок в законодательство. Наши эксперты вели ежедневную методическую поддержку заказчиков и поставщиков, проводили бесплатные вебинары и конференции на самые актуальные темы. Онлайн-формат позволил собирать тысячи участников, что не всегда возможно сделать в оффлайн-формате.

За всё это время не было ни одного сбоя торгов со стороны площадки из-за режима карантина. С учётом того, что некоторые заказчики и поставщики не могли в полном объёме осуществлять свою деятельность, у нас всё же высокие показатели состоявшихся успешных торгов.

Этот период был для нас достаточно серьёзной проверкой на прочность, и оказалось, что у нас есть запас, и более того — накопленный опыт позволяет предугадывать запросы наших заказчиков, задавать верное направление развития.

— Как приобретённый операторами в 2020 году опыт, как позитивный, так и негативный, может повлиять на развитие рынка услуг ЭТП в долгосрочной перспективе?

— Мы давно взяли курс на то, что площадка должна обеспечивать всеохватывающее сопровождение закупочных процессов, в полном соответствии как с требованиями законодательства, так и с возможностью индивидуальной настройки рабочих процессов заказчика. В текущих условиях, мы проактивно следим за тем, чтобы у нас были ответы на возникающие вопросы и решения для наших клиентов.

Основной для нас вызов заключался в том, чтобы все удалённые каналы, клиентские и обслуживающие, работали дистанционно в безопасном и бесперебойном режиме. Это был вызов в том числе и информационной безопасности, но мы справились.

Какие-то из принятых мер прекратят своё существование с переходом к привычному режиму работы, что-то сохранится и будет востребовано, а что-то даст новый стимул для дальнейшего развития. В любом случае, это очень ценный опыт, из которого мы обязательно извлечём уроки, и, думаю, в итоге выйдем сильнее.

— Стал ли локдаун дополнительным стимулом для цифровизации закупок компаний и использования ими ЭТП для проведения закупок?

— В условиях пандемии на первый план сначала вышли некоторые оперативные задачи, которые требовали срочных решений. А вот общий вектор на цифровизацию уже был задан, он не потребовал корректировки, лишь получил дополнительный стимул.

Мы видим, что у компаний есть запрос на передачу технических функций на сторону площадки. Заказчики настроены на централизацию закупок, принятие положений — и ждут от нас предложений по интеграции систем управления и применения способов закупок, которые они считают эффективными. Мы проводим интеграцию, например, с ERP SAP и с 1С. Наши клиенты используют продукты «Сбер А» в части закупок и в части продаж.

Крупнейшие заказчики по 223-ФЗ — как правило, группа компаний, работающих как по 223-ФЗ, так и по 44-ФЗ, при этом довольно часто они включают в себя и компании, которые работают и по коммерческим правилам. В работе с такими группами необходимо учесть порядок работы с закупками по всем направлениям, при этом реализовать для заказчика единый подход в работе, «режим одного окна». Мы обеспечиваем выполнение единых закупочных требований в рамках группы, единый личный кабинет и персонализированную поддержку.

У таких заказчиков довольно часто используется своя внутренняя закупочная информационная система, в которую площадка должна встроиться и стать частью этого информационного процесса. Наша собственная цифровая трансформация и выделение отдельного блока дирекции по работе с крупнейшими клиентами показала, что вместе мы можем очень многое и в 2020 году мы реализовали более 1000 задач для заказчиков. В 2021 году мы ставим себе планы по сокращению длительности разработки и улучшению качества предоставляемых услуг и сервисов.

— Какие дополнительные услуги вашей площадки оказались наиболее востребованными в условиях вызванного пандемией локдауна?

— Прежде всего, удалённые сервисы: дистанционное оформление и продление ЭЦП для ведения электронного документооборота с помощью оператора «Сберключ», удалённое заседание и подписание решений комиссий по закупкам и удалённое проведение собраний кредиторов — посредством видеосвязи, что обеспечивает проведение процедур в условиях обязательной дистанционной работы для части сотрудников; обучение и разъяснение сложных моментов периода пандемии и связанных с ней ограничений на бесплатных вебинарах на площадке Электронного университета; информационная поддержка через «Горячая линия: Закупки. Стоп COVID-19» — самые актуальные данные от регуляторов, консультации и решение сложных вопросов, помощь в повседневной работе.

Особенно востребована была работа наших представительств в регионах и вебинары с учётом региональной специфики. Мы предлагаем полный комплекс услуг и сопровождения и на каждом этапе наши пользователи не остаются одни. Это особенно сильно проявилось в период пандемии. Думаю, многие смогли оценить, как наши сотрудники усиленно работали, чтобы обеспечить максимально спокойный и ритмичный режим работы.

У нас доступен полный набор аналитических инструментов на всех этапах проведения торгов. Так, заказчики могут прибегнуть к сервису определения начальной цены, который позволяет сравнить похожие закупки и рассчитать обоснование. Накопленный объём данных и опыт позволяет предложить различные варианты аналитики по торгам, сравнению, уведомлению, поиску наилучших вариантов проведения процедуры и отбору поставщиков.

Ограничительные меры для борьбы с пандемией коронавируса увеличили спрос на онлайн-гарантии СберБанка, выдаваемые через нашу площадку. Такая форма позволяет исключить какие-либо контакты, неизбежные при получении бумажного оригинала бланка гарантии, выпущенного традиционным способом.

— Какие новые тенденции и инновации в развитии услуг для проведения электронных закупок частных (коммерческих) компаний вы могли бы отметить?

— Это цифровая трансформация, которая способна повысить эффективность и доходность компаний, а также стать драйвером экономики страны в целом.

Сбер А работает над внедрением цифровых решений и платформ для государственных и корпоративных заказчиков, которые позволят настраивать и управлять процессами внутри компаний, удобно и оптимально взаимодействуя с различными обязательными сервисами. Мы предлагаем нашим клиентам возможность кастомизации процессов для повышения эффективности и оптимизации. Цифровая платформа способна обеспечивать взаимодействие заказчиков и контрагентов, его прозрачность и прослеживаемость решений сторон.

Как лидеру рынка электронных торгов и части экосистемы «Сбера», нам зачастую удаётся опережать потребности клиентов. Кроме того, мы очень внимательно относимся к обратной связи от них, и получили большой опыт, создавая отдельные торговые секции для крупнейших компаний на ЭТП, а также интегрируя их информационные и управленческие системы с закупочными процессами.

Основная наша задача — это полноценная, бесшовная увязка процессов в одну сквозную цепочку, их подгонка и возможность унификации.

— С точки зрения организации электронных закупок и использования дополнительных услуг ЭТП, коммерческий и регулируемый сегменты электронного

рынка B2B сближаются, или же, наоборот, вы отмечаете их более глубокое размежевание в последнее время?

— Заказчики, которые проводят закупки с различным нормативным регулированием внутри холдинга, группы за счёт активной проработки закупок переходят к самостоятельному регулированию закупочного процесса и, как следствие, проводят в электронной форме не только закупки по 44-ФЗ и 223-ФЗ, но и коммерческие закупки и продажи. Заказчики, руководствуясь принципами прозрачности и автоматизации закупочной деятельности для коммерческих закупок, предусматривают локальное регулирование схожее или идентичное регулированию нормативному, и проводят свои закупки в электронной форме у нас на площадке. С точки зрения управляемости и контроля коммерческих закупок — это более удобный формат.

И, конечно, антимонопольный комплаенс, всё чаще внедряемый крупнейшими компаниями, предусматривает расширение конкуренции и открытости даже в нормативно не регулируемых закупках.

— В последние годы мы отмечали, что крупные заказчики, в том числе и частные компании, все чаще отказываются от создания собственных площадок в пользу услуг независимых ЭТП. По вашим наблюдениям, продолжилась ли эта тенденция в 2020 году?

— Большинство заказчиков по 223-ФЗ уже работают у отобранных Правительством Российской Федерации ЭТП при проведении закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства. Функционал площадок понятен, и он был перестроен в том числе под потребности новых заказчиков, ранее не размещавшихся на отобранных ЭТП. Кроме того, многие заказчики и раньше выбирали отобранных операторов для всех своих закупок в рамках 223-ФЗ.

Для регулятора удобнее контролировать отобранных операторов, тем более при условии унификации закупочных процедур. Во время пандемии, например, регулятор координировал работу площадок по 44-ФЗ и 223-ФЗ для СМСП, но не мог регулировать работу неотобранных операторов. Это создавало риски приостановки работы таких площадок и срыва закупок у заказчиков.

Использование собственной электронной площадки требует больших затрат на поддержку, содержание и развитие аппаратно-программного комплекса, необходимость интеграционного взаимодействия с внешними системами, ЕИС. Наличие собственной электронной площадки у крупного заказчика не позволяет заказчику проводить по 223-ФЗ закупки, участниками которых могут являться только субъекты малого и среднего предпринимательства, отсутствует интеграционное взаимодействие с ЕРУЗ, да и количество зарегистрированных участников на отдельной торговой площадке ограничено, что, конечно, сказывается на конкуренции.

— Существует ли вероятность, что рынок независимых ЭТП начнёт восприниматься крупными частными компаниями, как «квазигосударственный», и это стимулирует их вновь обратиться к созданию и использованию собственных ЭТП?

— Функциональность независимых электронных площадок позволяет заказчикам использовать площадку для проведения конкурентных и неконкурентных закупок, в том числе среди СМСП, закупки малых объёмов в электронном магазине, возможность использования функционала по обоснованию начальной цены договора, каталога товаров, работ, услуг. Интеграция с информационной системой

заказчика и официальным сайтом ЕИС, ЕРУЗ и количество зарегистрированных участников способствует расширению конкуренции и получению лучших цен при проведении закупочной процедуры.

По результатам 2020 года для размещения своих закупок к нам пришли новые крупные заказчики: Росатом, Роскосмос, Иркутскэнерго и многие другие. А ранее зарегистрированные крупные заказчики, имеющие дочерние организации, — Т-Плюс, Квадра, ПАО «Алроса», ВЭБ.РФ, — только увеличивают количество размещаемых закупок по сравнению с предыдущими периодами. ◀

«В коммерческих закупках “рыба” есть только для тех, кто быстро меняется и подстраивается под клиентов»

Андрей Бойко,

коммерческий директор B2B-Center



— Каковы результаты 2020 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Оказал ли локдаун существенное влияние на динамику электронного рынка B2B?

— Объем закупок на B2B-Center за год вырос на 14% и составил 2,7 трлн рублей. Это произошло благодаря развитию рынка коммерческих закупок, который, по нашим данным, вырос на 20%.

Хотя в конце марта — начале апреля мы надеялись хотя бы удержаться на уровне 2019 года. После объявления локдауна большинство компаний растерялись и не понимали, как работать в новых условиях. На всех площадках резко упали число закупок и посещаемость.

Уже в мае рынок начал восстанавливаться, а во второй половине месяца трафик на B2B-Center превысил показатели 2019 года. Заказчики и поставщики не могли работать друг с другом в оффлайне, поэтому хлынули на электронные площадки.

Первыми адаптировались коммерческие заказчики. Некоторые из них приостанавливали закупки, но быстро перестроили процессы и не отказались от долгосрочных инвестпрограмм. Заводы, ритейл, телеком, агрохолдинги и банки поняли, что продолжают работать, а значит, закупки проводить надо. Поэтому они просто перенесли часть планов на осень.

Госкомпаниям пришлось тяжелее. Многие из них получили директивы заморозить программы развития, отказаться от новых закупок и снабжать производство из складских запасов. Поэтому сегмент закупок по 223-ФЗ восстанавливался гораздо медленнее.

— С какими наиболее острыми проблемами столкнулись крупнейшие заказчики в связи с пандемией и в какой мере услуги и функционал вашей площадки помог им в решении этих проблем?

— Самая больная тема — внезапный переход на онлайн-взаимодействие с поставщиками. Большинство заказчиков обменивались с ними бумажными документами, проводили выездные проверки и личные встречи.

Поэтому в прошлом году «выстрелили» два наших сервиса — электронный документооборот и простая электронная подпись, которую можно получить онлайн без физического носителя. Главным достижением года стал переход 60% наших клиентов на ЭДО. Это значительно упростило участие поставщиков в закупках и помогло заказчикам находить выгодные предложения даже во время локдауна.

Вторая проблема — срочные закупки. Ещё до пандемии крупные компании поняли, что закупать небольшие партии стандартной продукции через долгие и сложные

процедуры не имеет смысла. Проще и эффективнее использовать интернет-магазины, в которых заказчик выбирает и покупает товар в несколько кликов, а все документы оформляются через ЭДО.

Локдаун дал толчок и этому направлению. Сейчас мы создаём корпоративные интернет-магазины для нескольких крупных заказчиков.

Третья проблема — поиск поставщиков. Во время пандемии закупщики осознали ценность надёжных контрагентов. Стали целенаправленно выстраивать отношения, сохранять историю взаимодействия и чаще прислушиваться к поставщикам. Это дешевле, чем каждый раз искать новых. При этом компаниям нужен единый канал взаимодействия с поставщиками, а не несколько разрозненных сервисов для каждого аспекта работы.

Поэтому мы переосмыслили модель бизнеса и связали все решения в один контур. Решили превратить торговую площадку в облачную систему управления закупками. Это перспективный и совершенно новый для российского рынка подход.

В центре новой системы стоит работа с поставщиками — привлечение и взаимодействие, затем — проведение торговых процедур и простых закупок, заключение договоров, их исполнение и оплата, взаимодействие с конечным потребителем продукции на производстве. Все процессы происходят на единой облачной платформе, которая не требует от клиентов постоянных инвестиций. Плюс система электронной контрактации, что повышает эффективность закупок и качество исполнения контрактов.

В самый разгар локдауна по этому пути с нами пошли три крупных клиента. Мы начали создавать для них системы управления поставщиками.

Четвёртая проблема — из-за валютных скачков и нестабильной ситуации бизнес начал внимательнее считать расходы, смотреть на складские запасы и следить за эффективностью использования уже закупленных товаров.

Поэтому спрос на наш сервис управления нормативно-справочной информацией вырос в два раза. С его помощью компании создают справочники покупаемых товаров, работ и услуг, которые становятся единым языком для общения закупщиков, поставщиков, внутренних заказчиков, бухгалтерии и складов. Компания точно знает, что у неё есть, сколько она потратила и что должна купить.

— То есть можно говорить, что локдаун стал дополнительным стимулом для цифровизации закупок компаний и использования ими ЭТП для проведения закупок?

— По этому поводу даже шутка появилась. Вопрос: «Кто оказался главным инноватором в вашей компании? Генеральный директор?» Ответ: «Нет, COVID-19».

Закупки и так уходили в онлайн. Локдаун ускорил этот процесс. Один из немногих сегментов, который просел в том числе и в онлайн, — логистика. Перевозок стало меньше. Но это падение компенсировал рост других отраслей.

Закупщики стали смотреть на функцию шире, действовать смелее и быстрее. Они поняли, что многие задачи проще отдать профессионалам, а не бесконечно вкладывать деньги в собственные разработки. В результате спрос вырос не только на площадку, но и другие облачные сервисы для автоматизации закупок.

Важный сдвиг произошёл в компаниях среднего размера. Если крупный и мелкий бизнес давно подружился с цифровыми сервисами, то средний работал с поставщиками из телефонной книжки закупщика. Локдаун не оставил им выбора. Пришлось идти в «цифру», чтобы выжить и обеспечить производство.

— С точки зрения организации электронных закупок и использования дополнительных услуг ЭТП, коммерческий и регулируемый сегменты электронного рынка B2B сближаются, или же, наоборот, вы отмечаете их более глубокое размежевание в последнее время?

— Эти сегменты продолжают отдаляться друг от друга. Всё дело в ключевом принципе регулирования. Правила закупок госкомпаний и госзаказчиков определяет государство. Поэтому заказчики не могут самостоятельно выбирать инструменты и быстро реагировать на изменения.

Во время пандемии государство разрешило госзаказчикам закупаться у единственных поставщиков без конкурентных процедур. Это облегчило их жизнь в критический момент, но затормозило развитие госплощадок. ЭТП лишились части закупок, которые могли пройти в электронном виде.

Коммерческие же компании действуют более гибко. Им не надо ждать решения сверху. Объявили локдаун? Надо выживать и снабжать компанию. Постоянный поставщик не справляется? Будем искать новых на онлайн-площадках. Поэтому коммерческие заказчики быстрее восстановили закупочную функцию и активнее внедряли новые инструменты.

— В последние годы мы отмечали, что крупные заказчики, в том числе и частные компании, все чаще отказываются от создания собственных площадок в пользу услуг независимых ЭТП. По вашим наблюдениям, продолжилась ли эта тенденция в 2020 году?

— Пандемия ускорила и эту тенденцию. Заказчики поняли, что собственная ЭТП требует вложений не только на начальном этапе. Её надо постоянно содержать и развивать.

От этих расходов легко отказаться. Для любой компании дешевле отдать функцию профессионалам, которые развивают площадку за собственные деньги. Ещё одно преимущество независимых ЭТП — повышение прозрачности закупок и конкуренции в торгах без усилий со стороны заказчика.

У нас в работе несколько проектов для крупных металлургических холдингов, которые много лет работали на собственных платформах. В прошлом году они решили перейти на внешние системы. К этому их подтолкнуло не только стремление сэкономить, но и ещё один фактор. На рынке растёт востребованность российских IT-разработок. Крупные коммерческие заказчики так или иначе работают с государством, а поэтому хотят исключить риск возможного запрета на использование иностранного ПО.

Мы внимательно анализируем запросы таких заказчиков и подстраиваем сервис под них. Поэтому любая компания может создать на базе B2B-Center свою площадку, которая будет сочетать преимущества корпоративной и независимой. С одной стороны — отдельный домен, брендинг, интеграция с ERP-системой, выделанная поддержка пользователей. С другой — удобный и понятный интерфейс, гибкие настройки, универсальные процедуры, большая база активных поставщиков.

— Существует ли вероятность, что рынок независимых ЭТП начнёт восприниматься крупными частными компаниями как «квазигосударственный» и это простимулирует их вновь обратиться к созданию и использованию собственных ЭТП?

— Рынок ЭТП вслед за сегментами регулируемых и коммерческих закупок тоже разделился. Госплощадки и B2B-Center — это разные инструменты. Мы

отличаемся во всём — в задачах, в скорости изменений, в гибкости, в отношениях с пользователями.

В коммерческих закупках «рыба» есть только для тех, кто быстро меняется и подстраивается под клиентов. Приведу пример нашего заказчика. Весной прошлого года коммерческий банк федерального уровня за несколько дней перешёл на удалёнку и онлайн-взаимодействие с поставщиками. Если мы хотим работать с такими клиентами, то должны бежать с такой же скоростью и даже быстрее.

Для нас прошлый год тоже стал испытанием, но при этом показал, куда двигаться. Мы увидели запросы рынка и получили стимул перейти от стандартной площадки к модели ЭТП+. В результате создали портфель облачных решений для управления всей цепочкой поставок.

Поэтому всё зависит от нас самих. Мы постараемся бежать быстрее всех и оставаться первыми в коммерческих закупках. ◀

«Локдаун ускорил процесс цифровой трансформации»

Александр Гуров,
директор ЭТП ONLINECONTRACT



— Каковы результаты 2020 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Оказал ли локдаун существенное влияние на динамику электронного рынка B2B?

— Пандемия стала серьёзным испытанием для бизнеса. Огромное количество компаний не смогли адаптироваться к новым реалиям, особенно тяжело это сказалось на малом бизнесе. Но тем не менее, как это ни парадоксально, коронавирус стал неким катализатором в сфере коммерческих закупок, который открыл новые перспективы и точки роста для бизнеса. Вынужденная оптимизация бизнеса, сокращение бюджетов — всё это стало толчком к разумной экономии и как следствие, к поиску соответствующих инструментов и переходу на электронные торговые площадки. Именно в сегменте корпоративных закупок это проявилось наиболее явно.

— Стал ли локдаун дополнительным стимулом для цифровизации закупок компаний и использования ими ЭТП для проведения закупок?

— Доля электронных услуг на российском рынке увеличивается. Они стали органичным элементом цифровой трансформации. Локдаун только ускорил этот процесс и именно в этот период многие компании стали переводить свои закупки в электронную форму.

Если раньше электронные торговые площадки воспринимались как что-то сложное и приближённое к государственным и муниципальным закупкам, то сейчас поставщики, в поисках новых каналов сбыта с большей охотой присматриваются к ЭТП как к полноценному и эффективному в нынешних условиях каналу продаж. Они разбираются, вникают и находят здесь для себя новые возможности, которых не видели раньше. Просто было не до этого, работали привычные каналы. С одной стороны, это вынужденная мера, с другой — немало поставщиков освоили за это время для себя новый эффективный канал продаж, который будет работать и дальше.

— Какие услуги вашей ЭТП оказались наиболее востребованными в условиях вызванного пандемией локдауна?

— Как мы знаем, эффективность электронных закупочных процедур часто зависит от уровня бизнес-процессов компаний-закупщиков. В связи с этим очень востребованным является консалтинг закупочных процессов. С первого дня сотрудничества с заказчиками мы активно работаем по вопросу повышения эффективности каждой закупки, предоставляем кейсы успешных процедур, даём шаблоны документов, ведём обучение сотрудников лучшим практикам. Также у нас развивается проект «Открытые закупки», в рамках которого мы готовим полный комплект докумен

тов, регламентирующих закупочные процессы на предприятии. Это комплексная работа по организации эффективной системы закупок на предприятии заказчика: от планирования и правильного оформления закупок до грамотной публикации и подведения итогов.

— В условиях пандемии и перевода большинства предприятий на удалённый режим работы, в какой мере заказчики использовали функционал и возможности площадки для организации удалённой работы закупочного офиса? Какой новый опыт в данной сфере принёс 2020 год?

— В марте-апреле мы почувствовали снижение активности клиентов, а потом ситуация начала выправляться. Здесь сыграли свою роль два фактора. Во-первых, естественно, пандемия и связанные с ней ограничения. Во-вторых, начало валютной лихорадки. Рубль начал падать, курсы валют взлетели. Те объёмы закупок, которые номинировались к валюте, попали в некую зону неопределённости. Было непонятно, кто возьмёт на себя эти валютные риски. Поставщики ждали момента, когда всё «устаканится». И сложившаяся ситуация привела к тому, что снизилась активность заказчиков и участников. Но вскоре после окончания карантина отложенный спрос начал возобновляться.

В период пандемии мы старались оказать максимальную консультационную поддержку нашим клиентам и это пользовалось спросом. Стоит отметить, что ЭТП ONLINECONTRACT в период пандемии ни на один день не прекратила работу и сохранила высокий уровень обслуживания клиентов.

— С какими наиболее острыми проблемами столкнулись крупнейшие заказчики в связи с пандемией и в какой мере услуги и функционал вашей площадки помог им в решении этих проблем?

— Крупные организации столкнулись с проблемой снижения доходов, что привело к оптимизации бюджетов, более эффективному их использованию. Если говорить о заказчиках, раньше они не обращали внимания на нюансы закупочного процесса, то сейчас стали вынуждены это делать. Очень часто эти размышления приводили их на электронные торговые площадки, как эффективный инструмент организации закупок.

Помимо этого, многие компании столкнулись с проблемой потери традиционных коммуникаций (личных встреч и переговоров). Им пришлось быстро адаптироваться и перестраивать свои бизнес-коммуникации в онлайн-формат. В том числе, это коснулось сферы закупок.

— Какие новые тенденции и инновации в развитии услуг для проведения электронных закупок крупнейших компаний вы могли бы отметить?

— Среди тенденций можно выделить тренд последних нескольких лет — создание электронных магазинов для малых закупок, сочетающих в себе свойства маркетплейса и традиционной ЭТП. Мы также развиваем аналогичные сервисы на нашей площадке, давая возможность коммерческим заказчикам переводить в электронную форму свои малые закупки.

Не теряют актуальности автоматизированные и интеграционные процессы при совершении закупочных процедур. У крупнейших компаний появляются запросы на достоверные сервисы расчёта НМЦК с функциями агрегатора информации о предмете закупки с различных ресурсов.

— **Какие долгосрочные последствия, как негативные, так и позитивные, могут иметь экстремальные обстоятельства 2020 года для развития рынка услуг ЭТП?**

— Ситуация для развития рынка коммерческих закупок, в целом, благоприятная. Процесс цифровизации идёт активно — мы видим интерес со стороны заказчиков, а большинство поставщиков привыкло получать заказы через электронные торги. Но есть факторы, которые влияют на снижение скорости и эффективности развития электронного рынка. Это неоднозначная экономическая ситуация в стране. Количество новых промышленных предприятий очень незначительное, доля импорта и доля госкорпораций высока. Экономика находится в нестабильном состоянии и, естественно, это распространяется на все сферы деятельности, в том числе и на деятельность электронных торговых площадок. С другой стороны, эта ситуация стимулирует предприятия снижать издержки.

— **Готовящиеся поправки в законодательство предусматривают создание на базе ЕИС рейтинга деловой репутации поставщиков. Какими наработками в области оценки деловой репутации и управления рисками недобросовестного поведения контрагента обладает ваша ЭТП? На каких подходах, по вашему мнению, должен быть основан такой рейтинг?**

— Так как рейтинг деловой репутации поставщиков был задуман как инструмент для поощрения добросовестных поставщиков, то он однозначно должен быть базироваться на принципах объективной оценки опыта работы поставщиков и отсутствия ограничения конкуренции. Мы, в свою очередь, полагаем, что рейтинг не должен основываться лишь на информации об исполнении поставщиками контрактов по 44-ФЗ и/или 223-ФЗ. Положительный опыт исполнения коммерческих контрактов также должен учитываться при формировании рейтинга. Это потребует от операторов ЭТП полной оцифровки этапа заключения и исполнения контракта по итогам коммерческой закупки. Такие участники, за плечами которых есть большое количество качественно исполненных коммерческих контрактов, должны также иметь экономические преференции для участия и в госзакупках.

Что касается нашей ЭТП, то у нас уже давно функционирует удобный инструмент для оценки благонадёжности участников — отчёт по аффилированности. Ещё одна разработка в этой области — портал безопасности, который представляет собой уникальный сервис для полной проверки участников с целью управления рисками.

Кроме того, на ЭТП ONLINECONTRACT есть собственный рейтинг поставщиков, который учитывает результаты деятельности каждого участника по нескольким критериям — степень активности и успешности участия, выгодность цен и коэффициент надёжности.

— **Продолжится ли, на ваш взгляд, дальнейшее сближение законодательного регулирования сегментов 44-ФЗ и 223-ФЗ? К каким последствиям для присутствующих на этих рынках операторов это приведёт? Как будет изменяться бизнес-модель операторов под влиянием развития законодательного регулирования?**

— Представители контрольных ведомств в последнее время всё чаще заявляют о необходимости сближения положений 223-ФЗ и 44-ФЗ. Причём это касается не только внедрения в 223-ФЗ механизмов, положительно работающих в 44-ФЗ, таких как универсальная переквалификация или перевод взаимодействия между

заказчиками и участниками закупок в ЕИС, но и осуществление закупок по 223-ФЗ на аккредитованных электронных площадках.

В целом это приведёт к более высокой степени законодательного регулирования закупочной деятельности заказчика по 223-ФЗ, что, в свою очередь, отразится на деятельности и функционале ЭТП, где будет явно прослеживаться акцент на коммерческих либо государственных закупках. Полагаем, что часть операторов перестроится на активную работу с коммерческими заказчиками, обратив внимание на потребности заказчиков, представляющих малый и средний бизнес. ◀



Электронная торговая площадка ONLINECONTRACT

С 2007 года помогаем предприятиям оптимизировать затраты и находить поставщиков или покупателей в кратчайшие сроки, сохраняя прозрачность и честную конкуренцию в закупках и продажах.

Электронная торговая площадка работает по трём направлениям:

Корпоративные закупки

Коммерческие организации проводят закупки, а поставщики участвуют в них и в конкурентной борьбе получают заказы крупных компаний.

Биржевые продукты

Участники напрямую по рыночным ценам покупают нефтепродукты и продукты нефтехимии ведущих российских производителей.

Реализация активов и имущества

Коммерческие компании продают непрофильные активы в формате аукционов и «превращают» имущество, потерявшее актуальность (металлолом, технику, автомобили с пробегом и прочее) в денежные средства.

ONLINECONTRACT — один из лидеров рынка корпоративных закупок Приволжского федерального округа, одна из крупнейших ЭТП России.

более **68 000**
клиентов

более **250 000** торгово-
закупочных процедур

общий оборот
процедур — свыше
850 млрд рублей

Эффективность ЭТП ONLINECONTRACT оценили ПАО «Казаньоргсинтез», ПАО «Нижнекамскнефтехим», ОАО «ТАИФ-НК», ОАО «ТГК 16», крупные российские и международные компании: Корпорация «КОШЕЛЕВ», ГК «Далимо», ПМК «Весна», Siemens, Schneider Electric, ООО «Кока-кола ЭйчБиСи Евразия», АО «Мерседес-Бенц РУС» и другие.

Контактная информация:

Адрес: Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Татарстан, 20, 3 этаж
Тел.: +7 (800) 555-39-39, +7 (843) 2-696-696
Email: info@onlc.ru
www.onlinecontract.ru

«Пандемия не оказала существенного влияния на механизм работы с рынком»

Дмитрий Сытин,
генеральный директор АО «ТЭК-Торг»



— Каковы результаты 2020 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Оказал ли локдаун существенное влияние на динамику электронного рынка B2B?

— Во-первых, общее сокращение объёмов закупок в середине года как по 223-ФЗ, так и по 44-ФЗ. К концу года ситуация стала исправляться, но на допандемический уровень закупки так и не вышли.

Во-вторых, локдаун ускорил применение цифровых технологий в закупках и IT-технологий в целом. Функция закупок, в отличие от продаж, финансов, всегда немного отставала с точки зрения технологий. Пандемия ускорила темпы их внедрения, большинство компаний достаточно быстро перевели свои процессы на удалённый режим.

К концу года практически все вышли на режим комбинированной работы: начальники в офисе, а сотрудники удалённо.

Произошли структурные изменения в закупках, снизились объёмы в таких сегментах как строительство, либо проекты по ремонтам, модернизации и стройке, и увеличились закупки в IT-направлениях. Если в начале года это были закупки удалённых услуг, таких как каналы связи, видеосервисы, то уже ближе к маю выросли закупки оборудования для организации удалённого доступа.

— Стал ли локдаун дополнительным стимулом для цифровизации закупок компаний и использования ими ЭТП для проведения закупок?

— Пандемия не оказала существенного влияния на механизм работы с рынком. Те, кто проводил закупки на ЭТП, так и проводит, и наоборот. Пандемия скорее оказала влияние на внутреннее устройство и внутренние процессы компаний. Повысился интерес к нашим вспомогательным сервисам. Например, сервисы удалённых коммуникаций, которые мы бесплатно предоставляем заказчикам. Это было особенно актуально в начальной стадии пандемии, когда заказчики реорганизовывали свою работу. Мы эти процессы прошли быстро и отдавали бесплатно в использование сервисы для проведения совещаний, заседаний комиссий и т.п. Через некоторое время они развернули собственную инфраструктуру.

Также стал шире использоваться дополнительный функционал площадок: например, удалённое рассмотрение заявок, удалённое подписание протоколов заседания комиссии, подписание договоров в электронном виде.

— Какие дополнительные услуги вашей площадки оказались наиболее востребованными в условиях вызванного пандемией локдауна?

— Во-первых, в апреле мы активно помогали нашим клиентам в организации удалённой работы. Мы предоставляли им свои сервисы и помощь, когда они перестраивались.

Во-вторых, в это время повысился спрос на использование интернет-магазина. Это простой и быстрый способ закупки, который проходит в привязке с позициями номенклатуры. По интернет-магазину у нас кратно вырос объём закупок за этот год, а также повысился интерес к ценовому анализу по ранее проведённым закупкам. Сегодня такой инструмент является для заказчика отличным источником информации о динамике цен для того, чтобы планировать НМЦ для других закупок. Многие заказчики используют нашу аналитическую платформу для оценки динамики цен по результатам закупок, проведённых в интернет-магазине по определённой номенклатуре.

В-третьих, организация онлайн-мероприятий. Мы очень быстро перестроились и начали проводить мероприятия сначала в удалённом режиме, а затем в комбинированном. Наша первая онлайн-конференция в апреле собрала более 7 000 регистраций, около 4 000 участников смотрели трансляцию в прямом эфире.

Также стали очень популярными мероприятия для удалённого обучения: дистанционные курсы, онлайн-консультации, когда наши сотрудники и внешние эксперты в прямом эфире отвечают на вопросы заказчиков и поставщиков. Я думаю, что популярность их не пропадёт, потому что такой формат взаимодействия снимает барьеры в коммуникации.

— В условиях пандемии и переводе большинства предприятий на удалённый режим работы, в какой мере заказчики использовали функционал и возможности площадки для организации удалённой работы закупочного офиса? Какой новый опыт в данной сфере принёс 2020 год?

— Прежде всего, удалённая работа комиссий, в том числе проведение внутренних совещаний, принятие решений при помощи электронных платформ, которые мы предоставляли. Наблюдался достаточно высокий спрос по сравнению с 2019 годом на удалённое продление электронных подписей. Повысился интерес к внутрикорпоративному обучению, а именно спрос со стороны заказчиков на обучение сотрудников в онлайн-режиме. В основном речь идёт о географически распределённых компаниях. Я полагаю, что после того, как мы вернёмся в привычный режим, тренд на проведение онлайн-мероприятий не исчезнет, так как это удобный и эффективный инструмент коммуникации с рынком.

Ближе к осени почувствовался острый дефицит общения, в связи с чем повысился интерес к профессиональным сообществам. Мы запустили такое сообщество, «Закупочная», для заказчиков по 223-ФЗ и увидели, что оно активно набирает аудиторию.

Также мы увидели запрос со стороны рынка на проведение маркетинговых исследований для формирования панелей поставщиков: подбор пула поставщиков, проработка товарной группы. Силами нашего маркетингового центра мы выполняем такие запросы бесплатно для наших заказчиков.

— С какими наиболее острыми проблемами столкнулись крупнейшие заказчики в связи с пандемией и в какой мере услуги и функционал вашей площадки помог им в решении этих проблем?

— В первую очередь, это коммуникации, организация работы, процессы. Неготовность быстро перейти в режим удалённой работы. Причины были разные: требования

безопасности, закрытость внутренней инфраструктуры, отсутствие у сотрудников дома компьютеров, подходящих для работы, неготовность внутренних корпоративных информационных систем и т.п. В апреле рынок был в неопределённости, поэтому в целом наблюдалось снижение закупок по всем сегментам. В мае перегруппировались, в том числе и с нашей помощью, и объёмы закупок снова начали увеличиваться. Осенью рынок вышел на полноценную работу, хотя объёмы были немного снижены.

— Как приобретённый операторами в 2020 году опыт, как позитивный, так и негативный, может повлиять на развитие рынка услуг ЭТП в долгосрочной перспективе?

— Функционал, который был востребован в 2020 году, будет востребован и в дальнейшем. Например, удалённое заседание комиссий мы организовывали нашим заказчикам ещё в 2016 году. В 2020 году его актуальность резко выросла в связи с общей ситуацией. Уверен, что им продолжат также активно пользоваться и в дальнейшем те, кто начал им пользоваться в 2020 году.

Проведение и участие в мероприятиях в онлайн-режиме тоже станет довольно привычным явлением, поскольку успешно снимает временные и географические границы. Безусловно, добавятся оффлайн-мероприятия, потому что полностью убрать живое общение невозможно, но количество встреч онлайн не сократится.

Будут возникать вопросы по режиму работы компаний и их подразделений. Очевидно, что реорганизация работы на удалённую не пройдёт бесследно. Маловероятно, что все продолжат работать в дистанционном формате, так как в этом есть не только положительные, но и негативные моменты. Например, накапливающаяся психологическая усталость, сложность в управлении командой и др.

Я думаю, что в итоге будет использоваться комбинированный формат, когда часть функций операционного характера с измеримыми результатами и чёткими KPI останется в удалённом режиме, а то, что трудно оцифровать — вернётся в оффлайн. Думаю, что IT-персонал по большей части также останется в удалённом режиме.

— Является ли расширение клиентской базы за счёт привлечения новых частных корпоративных заказчиков приоритетом в развитии вашей ЭТП? Какими конкурентными преимуществами в этом сегменте рынка вы обладаете?

— Расширение клиентской базы за счёт привлечения новых частных корпоративных заказчиков является одним из приоритетных направлений развития нашей ЭТП. Хотя как федеральная площадка мы обязаны показывать определённые результаты — объёмы в области государственных закупок и закупок госкомпаний. Поэтому мы активно развиваемся в нескольких направлениях одновременно, при этом частный коммерческий рынок представляет для нас высокий интерес.

Основные преимущества нашей площадки заключаются в персонифицированном подходе к заказчикам, высокой скорости разработки решений, наличии учебного центра, а также специфике взаимодействия с клиентом в позиции бизнес-партнера, а не исполнителя.

Персонифицированный подход выражается в том, что мы стараемся каждому заказчику выделять свои внутренние ресурсы, чтобы поддерживать высокий уровень лояльности и сервиса. Мы стремимся решать задачи заказчика, помогать ему делать его работу лучше.

Оперативность разработки позволяет быстро реагировать на запросы заказчиков. Мы понимаем, что частные компании уникальны с точки зрения процессов, поэтому им к ним также требуется индивидуальный подход и индивидуальный набор сервисов.

Учебный центр «ТЭК-Торг» — одна из самых сильных наших сторон. Мы специализируемся не только на обучении госзакупкам, но и активно работаем с рынком консультантов, разрабатываем дистанционные курсы для наших заказчиков и для поставщиков. Мы учим поставщиков правильному участию в закупках заказчиков, в том числе коммерческих. Тем более, что у всех крупных коммерческих компаний есть свои особенности закупочных процессов. Каждому клиенту нужно персонализированное внимание и понимание его проблем.

Новые услуги и сервисы стараемся выводить на рынок через взаимодействие с конкретными заказчиками, потому что это даёт нам уверенность в востребованности на рынке нашего нового сервиса.

Самое главное наше преимущество заключается в том, что мы стараемся тиражировать концепцию взаимодействия с заказчиками в позиции бизнес-партнёра. Поэтому часто, например, помогаем силами наших сервисов и маркетингового центра проводить и доводить до результата несостоявшиеся закупки.

— Продолжится ли, на ваш взгляд, дальнейшее сближение законодательного регулирования сегментов 44-ФЗ и 223-ФЗ? К каким последствиям для присутствующих на этих рынках операторов это приведёт? Как будет изменяться бизнес-модель отобранных для проведения регулируемых закупок операторов под влиянием развития законодательного регулирования.

— Мы наблюдаем действия регуляторов по сближению этих законов. На мой взгляд, их нужно не сближать, а несколько упорядочивать 223-ФЗ и унифицировать только общие подходы.

Концептуальная разница между этими законами, которая ранее была озвучена регуляторами, в том, что госзакупки — это закупки для конечного потребления за госденьги, а закупки по 223-ФЗ — это закупки для последующего производства. Они структурно разные и нельзя забывать, что подавляющее большинство госкомпаний — это хозяйствующие субъекты, которые сами по себе являются экономическими субъектами. Чем больше регулирование, тем менее ты гибок в конкурентной борьбе с компаниями, которые так не закупают. Пример — компания А закупается по 223-ФЗ и обязана соблюдать все процедуры со сроками, а компания Б — нет, поэтому вероятнее всего стройка конкретного объекта быстрее будет реализована у компании Б.

Я считаю, что сближение двух законов точно не пойдёт на пользу 223-ФЗ. Чтобы поставщики не говорили, но хозяйствующие субъекты в поле 223-ФЗ закупают с отличиями не потому, что хотят усложнить жизнь поставщикам, а потому что для их бизнеса это оптимально.

Кроме того, при сближении двух законов, вероятнее всего, заказчики по 223-ФЗ перейдут на площадки, которые работают по 44-ФЗ. Не будет смысла держать разный пул операторов. Пока этот вопрос находится на обсуждении и единого решения нет.

Для нас бизнес-модель никак не изменится, потому что мы работаем с большим количеством заказчиков из 223-ФЗ. Некоторый объём доработок мы должны будем сделать и с точки зрения экономики — инвестируем средства в развитие и потребности новых заказчиков, но сильных изменений для нас не произойдёт.

— Чего вы ожидаете от проведения нового анонсированного отбора операторов ЭТП в сегменте закупок по 223-ФЗ? Приведёт ли он к изменению рынка услуг операторов ЭТП в регулируемых сегментах, или же закрепит результаты реформы государственного регулирования этого рынка 2018 года?

— Сложно сказать, тут как регулятор определит. Пока нет понимания, каким будет отбор и будет ли он, какие будут критерии, будет ли это просто перевод закупок на тех же самых операторов. На мой взгляд, выраженной потребности что-то перестраивать на рынке 223-ФЗ нет. Я считаю, что естественным образом заказчики на рынке 223-ФЗ в течение пяти лет перейдут на площадки, которые работают по 44-ФЗ. Потому что в рамках этих направлений формируется целая экосистема, площадки многое вкладывают в создание дополнительных сервисов, работу с заказчиками, и повышают свою активность на рынке. Поэтому, на мой взгляд, потребности заказчиков по 223-ФЗ смогут легко закрывать восемь отобранных площадок. ◀

