

Организатор:



Генеральный  
партнёр:



При участии:



Информационный  
правовой партнёр:

## АНАЛИТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

# ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ В РОССИИ: ИНТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ

# RAEX

27 февраля 2020 года, Москва

## Обзор

«Электронные торговые площадки в России: интенсивное развитие»  
подготовили:

Дмитрий Миндич,  
ведущий аналитик департамента аналитики и консалтинга ООО «РАЭК-Аналитика»

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

## **Содержание**

<b>Резюме.....</b>	<b>3</b>
<b>Методика.....</b>	<b>5</b>
<b>Динамика электронного рынка B2B: рост по инерции.....</b>	<b>7</b>
<b>Качество услуг ЭТП: достижения и болезни роста.....</b>	<b>14</b>
<b>Конкуренция ЭТП за крупных клиентов: большой переезд.....</b>	<b>18</b>
<b>Рейтинг качества услуг ЭТП.....</b>	<b>21</b>
<b>Интервью с Николаем Андреевым, генеральным директором     ЗАО «Сбербанк-АСТ».....</b>	<b>26</b>
<b>Интервью с Андреем Бойко, коммерческим директором     электронной торговой площадки B2B-Center.....</b>	<b>30</b>
<b>Интервью с Александром Гуровым, директором ЭТП ONLINECONTRACT.....</b>	<b>35</b>
<b>Интервью с Анастасией Жмуровой, генеральным директором     ООО «Центр электронных торгов» (ЭТП «Торги 223»).....</b>	<b>40</b>
<b>Интервью с Геннадием Картышевым, коммерческим директором     ГК «ТендерПро».....</b>	<b>43</b>
<b>Интервью с Антоном Киценко, заместителем генерального директора     ОАО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»).....</b>	<b>46</b>
<b>Интервью с Андреем Субботиным, техническим директором     АО «Комита».....</b>	<b>50</b>
<b>Интервью с Дмитрием Сытиным, генеральным директором АО «ТЭК-Торг».....</b>	<b>54</b>

## Резюме

Итоги 2018 и 2019 года оказались умеренно позитивными для рынка услуг ЭТП и рынка межкорпоративной электронной торговли. Темпы прироста основных показателей закупочной деятельности восстановились после кратковременного спада 2017 года. Доля крупных заказчиков, использующих электронные закупки, растёт стабильно низкими темпами. В то же время состоявшаяся в 2018 году реформа госрегулирования электронных закупок субъектов 223-ФЗ пока не привела к существенной консолидации рынка: не прошедшие отбор операторы смогли закрепиться в новых рыночных нишах, что позитивно влияет на конкурентную среду на рынке услуг ЭТП в целом.

Средние объёмы закупок в электронной форме заказчиков, принявших участие в анкетировании, выросли по итогам 2018 года на 19,2%. Таким образом, динамика объёмных показателей закупочной деятельности участвующих в исследовании компаний восстановилась после снижения темпов прироста в 2017 году. При этом среднее количество проведённых процедур по итогам 2018 года росло сопоставимыми темпами (плюс 14,5% к уровню 2017 года).

Темпы прироста доли крупнейших корпоративных заказчиков, использующих электронные закупки, остаются стабильно низкими. Доля компаний, вошедших в топ-200 рейтинга RAEX-600 в 2019 году, использующих электронные закупки составила 82% по сравнению с 78% годом ранее. Для всей выборки компаний, участвовавших в опросе и анкетировании, этот показатель также вырос на 4 процентных пункта до 87%. Сопоставимые темпы прироста доли использующих электронные закупки крупнейших заказчиков сохраняются уже пятый год подряд.

Крупный ритейл второй год подряд остаётся ключевым сегментом, обеспечивающим прирост доли корпоративных заказчиков, участвующих в электронной торговле. По итогам 2019 года компании розничной и оптовой торговли составили 50% крупнейших заказчиков, впервые внедривших электронные закупки. Наибольший потенциал роста клиентской базы операторов ЭТП сохраняется только в сегменте нерегулируемых закупок частных и иностранных компаний.

Крупнейшие заказчики отмечают позитивные изменения в развитии конкурентной среды и предложения в электронных закупках. Несмотря на незначительное снижение среднего количества участников закупочных процедур компаний, принявших участие в анкетировании, 36% респондентов отметили положительную динамику этого показателя по итогам 2019 года, а негативную — всего 27% по сравнению с 68% годом ранее. Также уровень конкуренции в закупочных процедурах стал одним из ключевых критериев качества услуг ЭТП, по которому большинство респондентов отметили позитивные изменения по сравнению с 2018 годом.

Большинство крупнейших компаний, впервые внедривших электронные закупки, отдадут предпочтение использованию независимых ЭТП. Среди компаний топ-200 рейтинга RAEX-600, внедривших электронные закупки в 2019 году,

выбор в пользу крупнейших независимых ЭТП сделали 70% заказчиков. Независимые ЭТП опережают корпоративные также по среднему уровню оценок заказчиками качества услуг. Таким образом, продолжилась тенденция, отмеченная в исследовании 2018 года: корпоративные ЭТП по качеству и разнообразию предлагаемых сервисов, по оценке заказчиков, всё сильнее отстают от крупнейших независимых площадок.

**«Миграция» крупнейших заказчиков между ЭТП усилилась.** Доля респондентов, предоставивших данные о смене основной ЭТП для проведения закупок в течение 2019 года, в общей численности принявших участие в анкетировании компаний увеличилась до 19% по сравнению с 14% годом ранее. В то же время, по данным RAEX, в 2015–2017 годах этот показатель стабильно находился на уровне 7–8%. ◀

## Методика

Исследование основывается на данных опроса и анкетирования компаний, вошедших в 2019 году в рэнкинг 600 крупнейших по размеру выручки компаний России RAEX-600<sup>1</sup>, 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 254 компаний, из которых анкеты заполнили 81. Ещё 173 компании либо отказалась от предоставления подробных анкетных данных, либо заявила о том, что не пользуется закупками в электронной форме.

Совокупная выручка заполнивших анкеты респондентов в 2018 году составила 17 116 млрд рублей (согласно данным RAEX-600), а совокупная стоимость договоров, заключённых ими по результатам закупок в электронной форме — 5087,2 млрд рублей.

Оценки качества услуг электронных торговых площадок и построенные на основании их рэнкинги являются мнением RAEX (ООО «РАЭК-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 2018 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:

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

где:

$\bar{x}$  — средневзвешенный балл;

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

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

<sup>1</sup> В 2019 году в итоговый рэнкинг RAEX-600 вошли компании, выручка которых в 2018 году превысила 21,9 млрд рублей.

Углублённые интервью были проведены со следующими спикерами:

**Андреевым Николаем Юрьевичем**, генеральным директором ЗАО «Сбербанк-АСТ»;

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

**Гуровым Александром Андреевичем**, директором ЭТП ONLINECONTRACT

**Жмурко Анастасией Сергеевной**, генеральным директором ООО «Центр электронных торгов» (ЭТП «Торги 223»);

**Картышевым Геннадием Викторовичем**, коммерческим директором ГК ТендерПро;

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

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

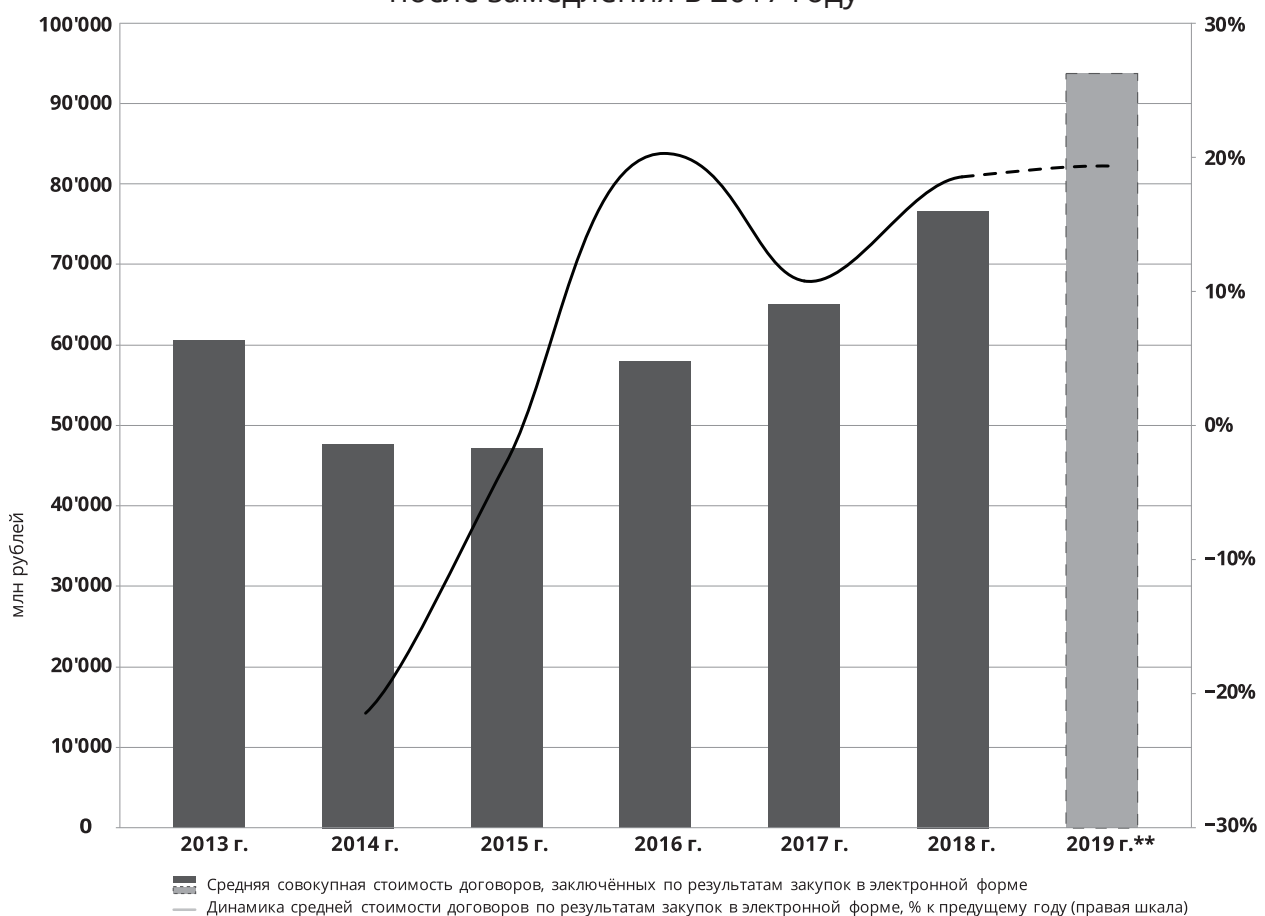
Выражаем признательность всем партнёрам и спикерам за интерес, проявленный к нашему исследованию. ◀

## Динамика электронного рынка B2B: рост по инерции

Динамика объёма межкорпоративного электронного рынка в сегменте закупок крупнейших заказчиков, по данным 2018 год и доступным предварительным данным<sup>1</sup> за 2019 год, превысила сделанный нами год назад прогноз. По сопоставимым данным компаний, принявшим участие в анкетировании в 2019 году, прирост показателя среднего объёма договоров по результатам электронных закупок

График 1

Темпы прироста средней совокупной стоимости договоров по результатам электронных закупок восстановились после замедления в 2017 году\*



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

\*\* Предварительная оценка

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

компаний составил по итогам 2018 года 19,2%, по сравнению с 12,3% по итогам 2017 года (**график 1**). Оценки опрошенных операторов ЭТП, данные мониторинга закупок субъектов федерального закона 223-ФЗ, а также доступные RAEX данные

<sup>1</sup> Данные 25 компаний, совокупный объём выручки которых в 2018 году составил 5 347 млрд рублей, а совокупный объём закупок в электронной форме — 1 536,7 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.

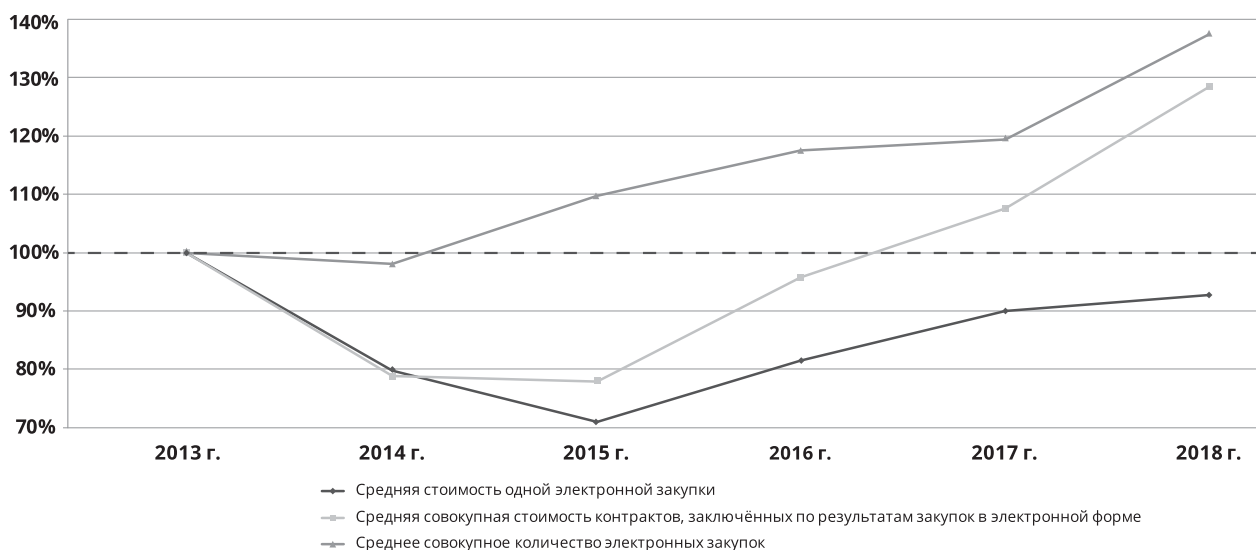


о закупочной деятельности ряда крупнейших российских компаний, позволяют предположить, что по итогам 2019 года динамика объёмных показателей электронных закупок крупнейших российских компаний, как минимум, сохранилась на уровне 2018 года.

Среднее количество проведенных процедур росло сопоставимыми темпами (прирост составил 14,5% к уровню 2017 года), что обусловило относительно низкие темпы роста средней стоимости одной закупки (4,1%) (*график 2*).

График 2

Средний совокупный объем и среднее количество электронных закупок росли сопоставимыми темпами (динамика показателей к уровню 2013 года, процентов)\*

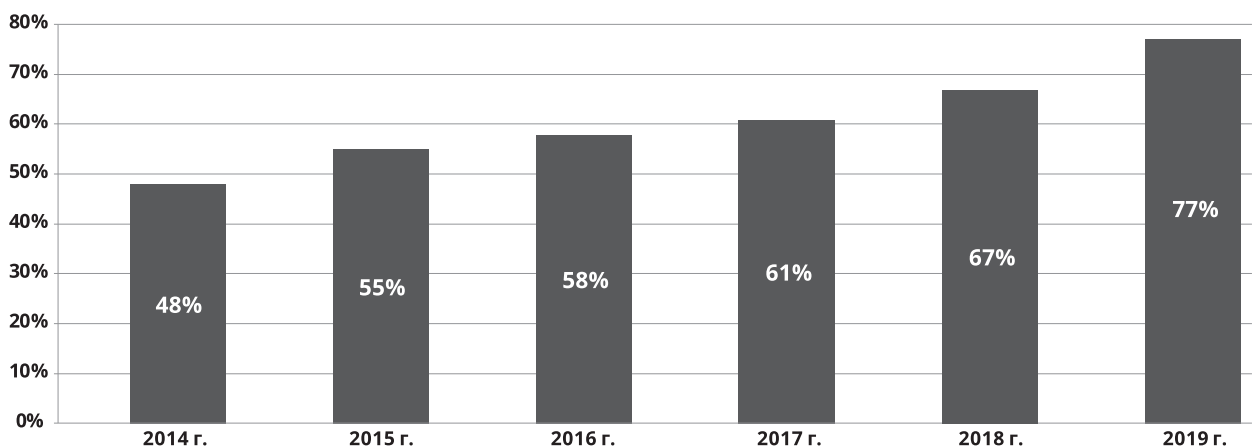


\* Сопоставимые данные компаний, участвующих в анкетировании три и более года подряд

Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

График 3

Внедрившие электронные закупки крупнейшие заказчики в среднем проводят на ЭТП свыше 67% своих закупок

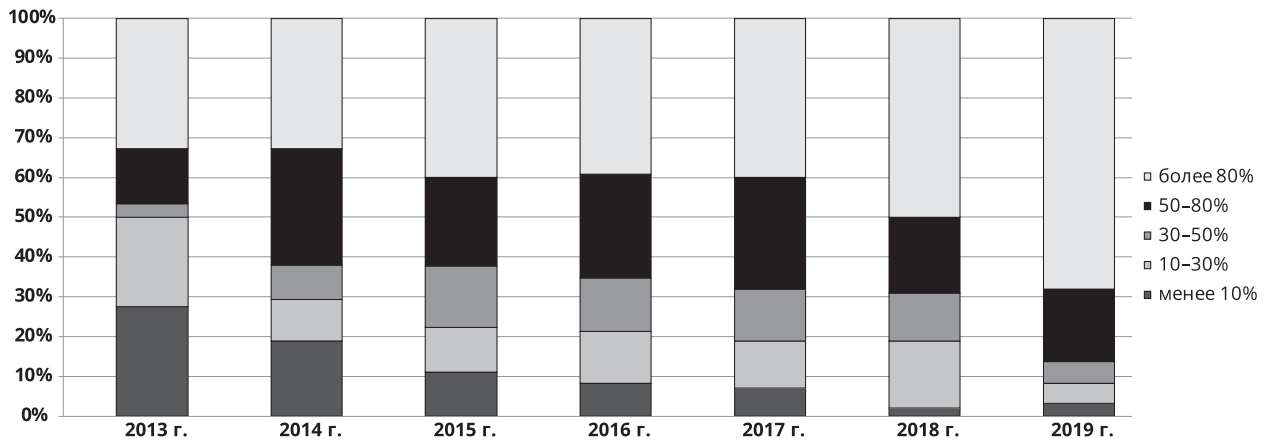


Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

В то же время высокими темпами росла интенсивность использования электронных закупок заказчиками, уже внедрившими этот инструмент (*график 3*). Средняя доля закупок в электронной форме в общем количестве проведённых респондентами закупок выросла в 2019 году на 10 процентных пунктов и достигла 76,7%.

График 4

Абсолютное большинство респондентов проводят в электронной форме более 80% закупочных процедур

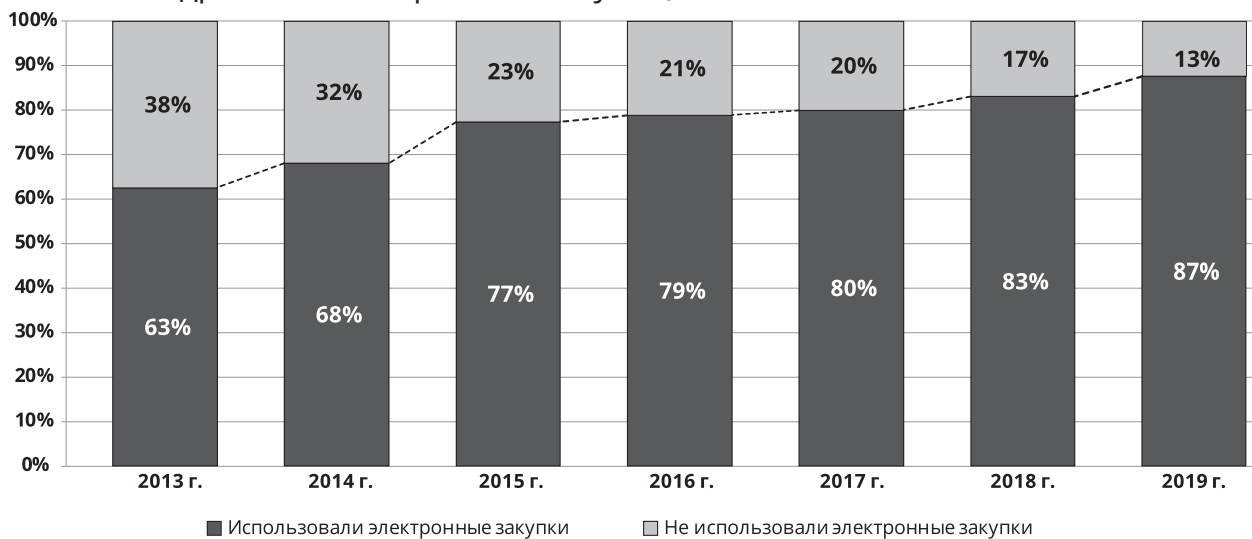


Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

В то же время доля респондентов, проводивших на ЭТП более 80% закупочных процедур, увеличилась по сравнению с показателем 2018 года с 50% до 68%. А доля респондентов, проводивших в электронной форме более 50% закупок, превысила 86% (*график 4*). Таким образом, «бумажные» закупочные процедуры уже сейчас находят применение лишь в узких специфических видах закупок этой группы заказчиков. В целом, учитывая текущий уровень проникновения услуг ЭТП, проведение закупок не в электронном виде уже сейчас можно рассматривать как анахронизм.

График 5

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

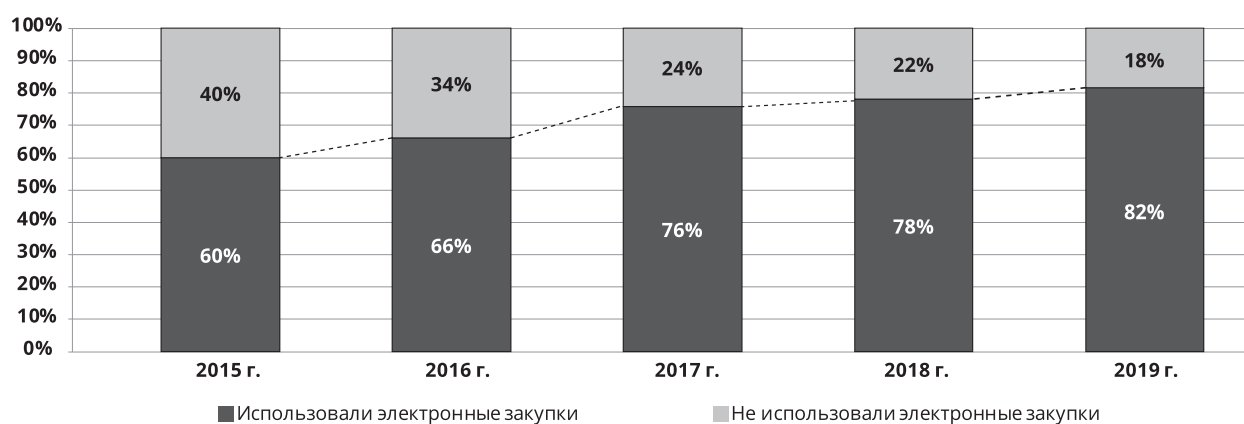


Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Доля заказчиков, использующих электронные закупки, среди принявших участие в опросе и анкетировании компаний по итогам 2019 года достигла 87% (*график 5*). Аналогичная тенденция отмечается и в сегменте крупнейших компаний России, как показывает сплошной анализ активности на электронном рынке корпоративных заказчиков, вошедших в топ-200 рейтинга RAEX-600 в 2019 году (*график 6*). После значительного замедления в 2018 году, темпы ежегодного прироста доли компаний, внедривших электронные закупки, стабилизировались на уровне 2–3 процентных пункта — рост количества участников электронного рынка из числа крупнейших корпоративных заказчиков вышел на «плато» и вряд ли ускорится в ближайшем будущем.

График 6

В сегменте закупок самых крупных компаний рынок услуг ЭТП насытился (доля в общей численности корпоративных заказчиков, входящих в топ-200 рейтинга RAEX-600, %)



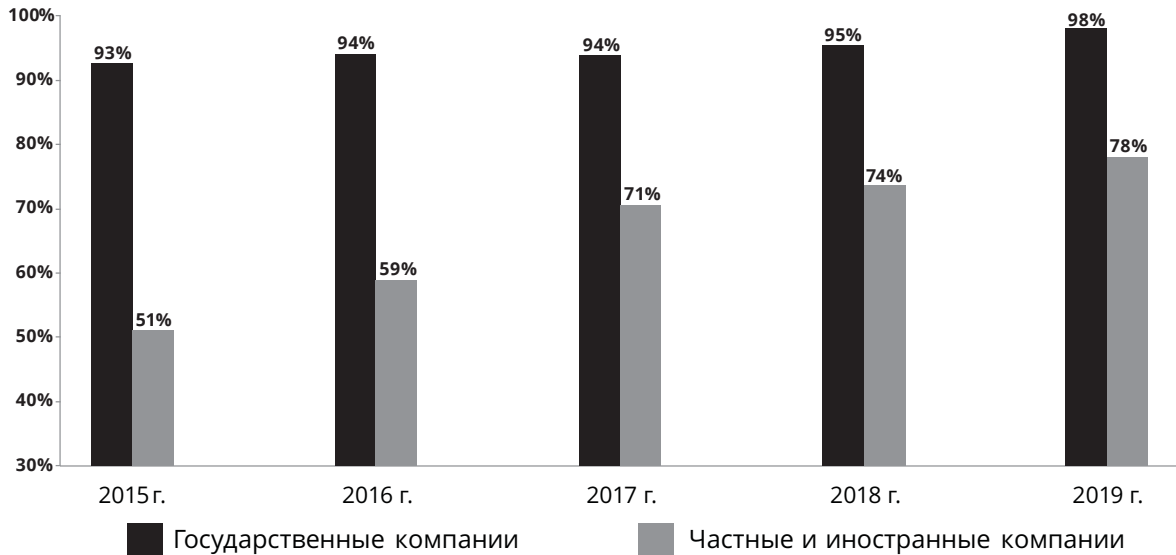
Источник: RAEX

Прирост доли участников электронного межкорпоративного рынка в сегменте крупнейших корпоративных заказчиков на протяжении последних пяти лет обеспечивают негосударственные компании (*график 7*). Это неудивительно — проникновение услуг ЭТП в сегменте закупок крупнейших компаний, — субъектов 223-ФЗ, — давно превышает 90%, а по итогам 2019 года она превысила 98%. Потенциал роста в этом сегменте сохранялся только за счёт вывода на электронный рынок закупок частных и иностранных компаний. Среди топ-200 российских компаний доля негосударственных корпоративных заказчиков, использующих электронные закупки, в 2019 году, по основанным на информации из открытых источников оценкам RAEX, достигла 78%, таким образом, за последние пять лет наблюдений она выросла более чем в 1,5 раза.

«В 2019 году активный рост клиентского портфеля ЭТП «РОСЭЛТОРГ» происходил за счёт компаний, в первую очередь, из сфер строительства, розничной торговли, производства продуктов питания, химического производства. Как и годом ранее, в вопросе развития бизнеса мы делаем ставку на сегмент закупок частных компаний, так как область закупок субъектов 223-ФЗ пришла в насыщение», — комментирует **Антон Киценко**, заместитель генерального директора АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ»).

График 7

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, %)

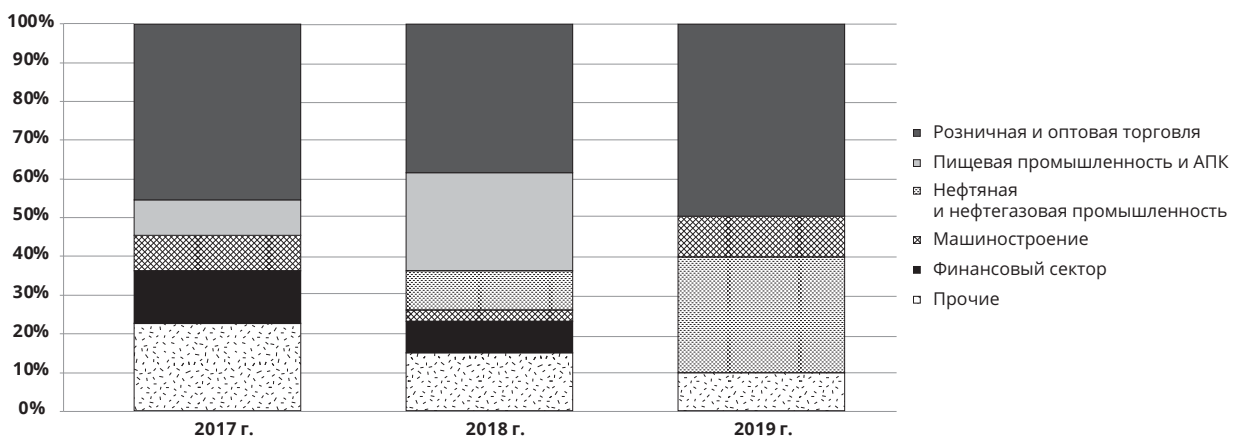


Источник: RAEX

Третий год подряд наибольший вклад в прирост доли крупнейших заказчиков, использующих ЭТП для проведения закупок, обеспечили ритейлеры и, в меньшей мере, компании оптовой торговли (график 8). По итогам 2019 года компании розничной и оптовой торговли составили 50% крупнейших заказчиков, впервые внедривших электронные закупки. Вторая по значимости группа заказчиков — относительно некрупные нефтяные и нефтегазовые компании.

График 8

Ключевым фактором роста клиентской базы ЭТП стало освоение сегмента закупок крупных ритейлеров (доля в численности компаний, входящих в топ-200 RAEX-600, внедривших закупки в электронной форме в течение года)

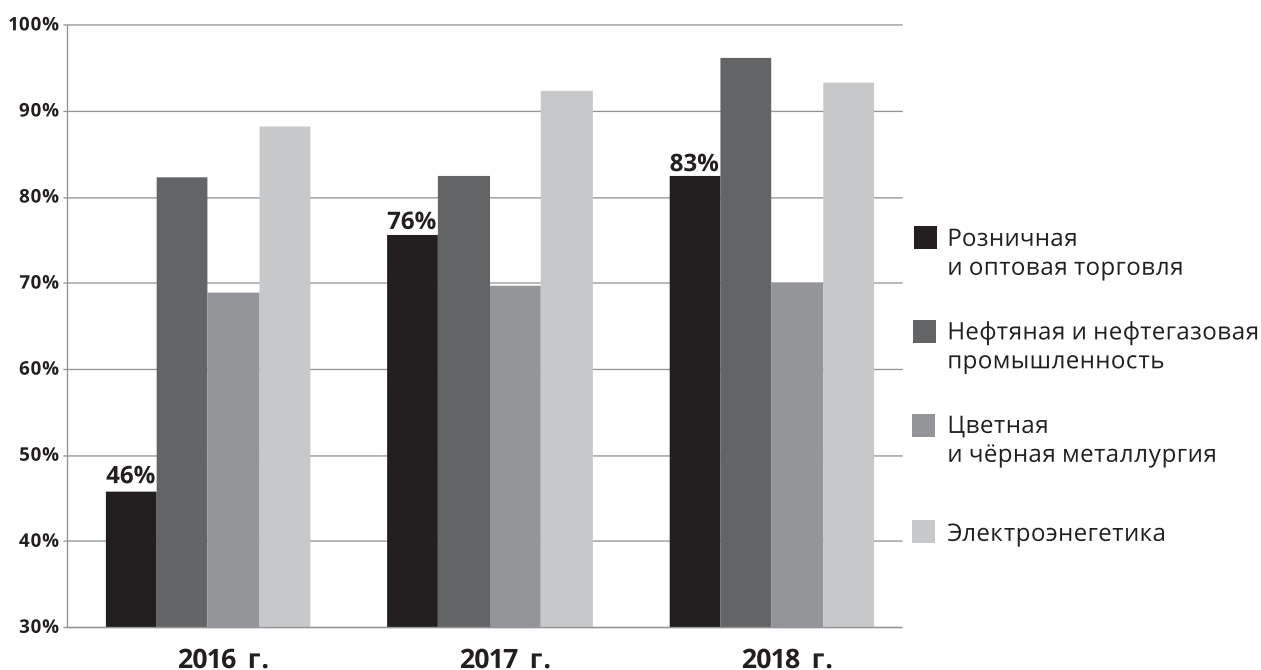


Источник: RAEX

Не менее важно, что компании ритейла, уже использующие электронные закупки, в среднем увеличивают долю проводимых на ЭТП закупочных процедур опережающими темпами по сравнению с отраслями, в которых проведение закупок в электронной форме уже давно является общераспространённой практикой (**график 9**). В целом, в настоящее время цифровизация закупок компаний торговли является одним из наиболее важных факторов роста межкорпоративного электронного рынка, который в сегменте закупок крупнейших компаний достиг насыщения.

График 9

Интенсивность использования электронных закупок компаниями торговли растёт опережающими темпами (*средняя доля закупок, проводимых в электронной форме, в общем количестве закупочных процедур, %*)



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Опрошенные крупнейшие операторы также отмечают значимость компаний телекоммуникационной отрасли для роста клиентской базы и увеличения совокупных объёмов торгов в нерегулируемом, коммерческом сегменте электронного рынка B2B. Однако, по наблюдениям операторов, в основном речь идёт о телекоммуникационных компаниях «второго эшелона», которые слабо представлены среди респондентов, опрошенных в рамках этого исследования.

В целом, основными факторами роста межкорпоративного электронного рынка в сегменте закупок крупнейших заказчиков стали:

- Значительный рост интенсивности использования закупок в электронной форме заказчиками, которые уже внедрили этот инструмент.

- Внедрение электронных закупок в немногочисленных нишах корпоративных закупок, относительно слабо освоенных операторами ЭТП до сих пор. В частности, данные анкетирования, а также доступные данные операторов ЭТП показывают существенный рост использующих электронные закупки заказчиков из числа компаний ритейла, АПК, пищевой промышленности, а также немногочисленных компаний «ресурсоемких» отраслей, которые до сих пор не внедрили этот инструмент.

В частности, речь идёт о немногочисленных компаниях машиностроения, нефтегазовой, химической и нефтехимической промышленности, причём, как правило — об относительно некрупных заказчиках «второго эшелона».

— Цифровизация корпоративных закупок малого объёма, причём как в регулируемом, так и в нерегулируемом сегментах рынка. Расширение применения инструментов электронной коммерции для проведения закупок малого объёма, по-видимому, отчасти объясняет медленные темпы роста показателя средней стоимости одной закупки в электронной форме, проведённой участниками анкетирования. «Главный тренд — это оцифровка закупок малого объёма через интернет-магазины для бизнеса. Есть запрос со стороны заказчиков из всех сегментов закупок — коммерческого, по 223-ФЗ и 44-ФЗ. На обслуживание таких закупок они тратят слишком много времени, денег и ресурсов. Один из наших клиентов подсчитал, что тратит 50 тысяч рублей на согласование и проведение закупки ручки за 3 тысячи. По факту же нужен не процесс, а результат», — комментирует **Андрей Бойко**, коммерческий директор электронной торговой площадки B2B-Center.

— Рост объёма регулируемых электронных корпоративных закупок. Доступные данные мониторинга закупок субъектов 223-ФЗ демонстрируют рост объёма электронных закупок по итогам первого полугодия 2019 года к аналогичному периоду 2018 года на 40%<sup>1</sup>. Однако применительно к компаниям-субъектам 223-ФЗ наибольший потенциал роста электронного рынка сохраняется, скорее, в сфере цифровизации закупок относительно некрупных заказчиков, которые остались вне поля зрения этого исследования. В сегменте закупок крупнейших государственных компаний рынок услуг ЭТП достиг насыщения уже четыре года назад.

Таким образом, рост межкорпоративного электронного рынка в сегменте закупок крупнейших компаний обеспечивали те же факторы, которые оказывали ему поддержку в течение последних трёх лет. Причём сохраняющийся потенциал роста реализуется быстрее, чем ожидали сами участники рынка услуг ЭТП: например, цифровизация закупок такого важного и перспективного сегмента, как крупный ритейл, близка к завершению, несмотря на то, что операторы электронных площадок стали активно осваивать его относительно недавно. Можно говорить о том, что межкорпоративный электронный рынок движется на старом «топливе», и его запасы ограничены. Новые факторы роста пока неочевидны. Несмотря на рост инвестиционного спроса в ряде ключевых отраслей (например, в электроэнергетике, в угольной промышленности и металлургии, а также в нефтегазовой отрасли), инвестиционная активность крупнейших российских компаний остаётся невысокой.

<sup>1</sup> Результаты мониторинга применения Федерального закона от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» в I полугодии 2019 года

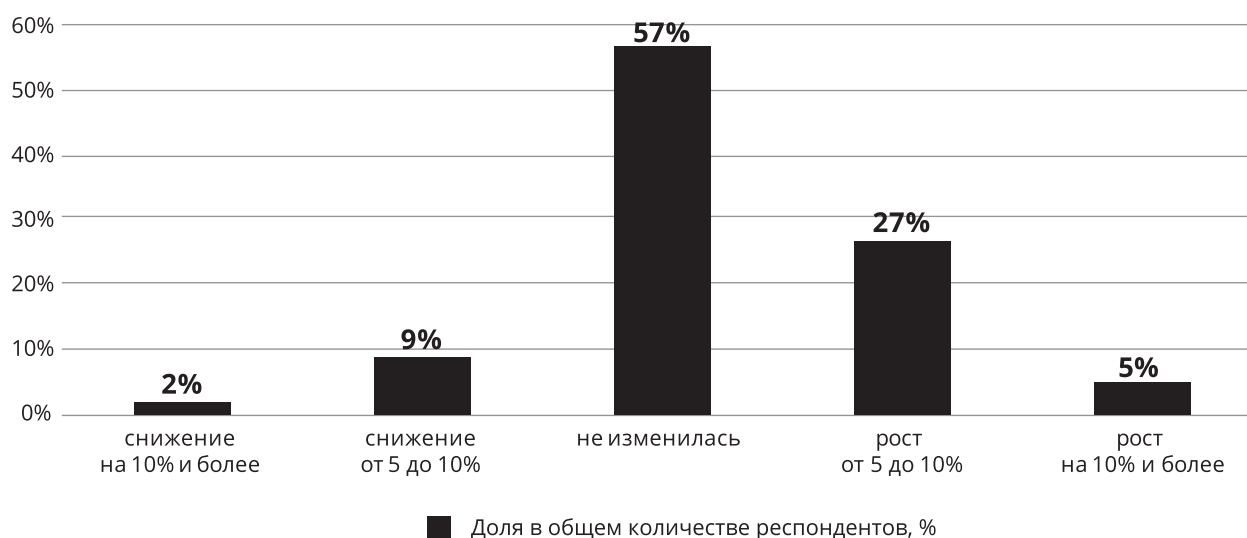
## Качество услуг ЭТП: достижения и болезни роста

Для подготовки этого исследования была изменена методика измерения оценки эффективности электронных закупок со стороны корпоративных заказчиков. Применявшееся ранее сравнение эффективности электронных и «бумажных» закупочных процедур во многом утратило смысл, поскольку подавляющее большинство респондентов или вообще не проводят закупки в неэлектронной форме, либо используют «бумажные» процедуры исключительно для закупки узких специфических групп номенклатуры товаров, работ, услуг.

В этой связи мы впервые попросили участвовавших в анкетировании заказчиков оценить не эффективность, с точки зрения снижения затрат, электронных закупочных процедур по сравнению с традиционными «бумажными процедурами», а изменение эффективности электронных закупок в 2019 году по сравнению с предыдущим годом. Большинство респондентов (57%) не отмечают никаких изменений, однако 36% участников анкетирования сообщили о росте экономической эффективности электронных закупок по сравнению с 2018 годом (*график 10*). О снижении эффективности сообщили всего 11% опрошенных заказчиков.

График 10

Более трети заказчиков позитивно оценивают динамику эффективности своих электронных закупок



*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

Позитивные для участников рынка электронной торговли и операторов ЭТП тенденции демонстрируют и оценка заказчиками уровня конкуренции в проводимых ими электронных закупочных процедурах. Несмотря на то, что среднее количество участников закупочных процедур несколько снизилось (с 4,2 до 4,1 участника по сопоставимым данным, см. *график 11*), доля респондентов, указавших на позитивную динамику этого показателя в своих закупочных процедурах, существенно увеличилась по сравнению с результатами 2018 года. Если в прошлогоднем исследовании заказчики, отметившие негативную динамику показателя среднего количества участников закупок, составляли абсолютное большинство (68%), то по данным анкетирования 2019 года их доля составила лишь 27%. Большинство респондентов

указали на отсутствие изменений среднего количества участников в своих процедурах, а 36% заполнивших анкеты компаний сообщили о его росте (график 12).

График 11

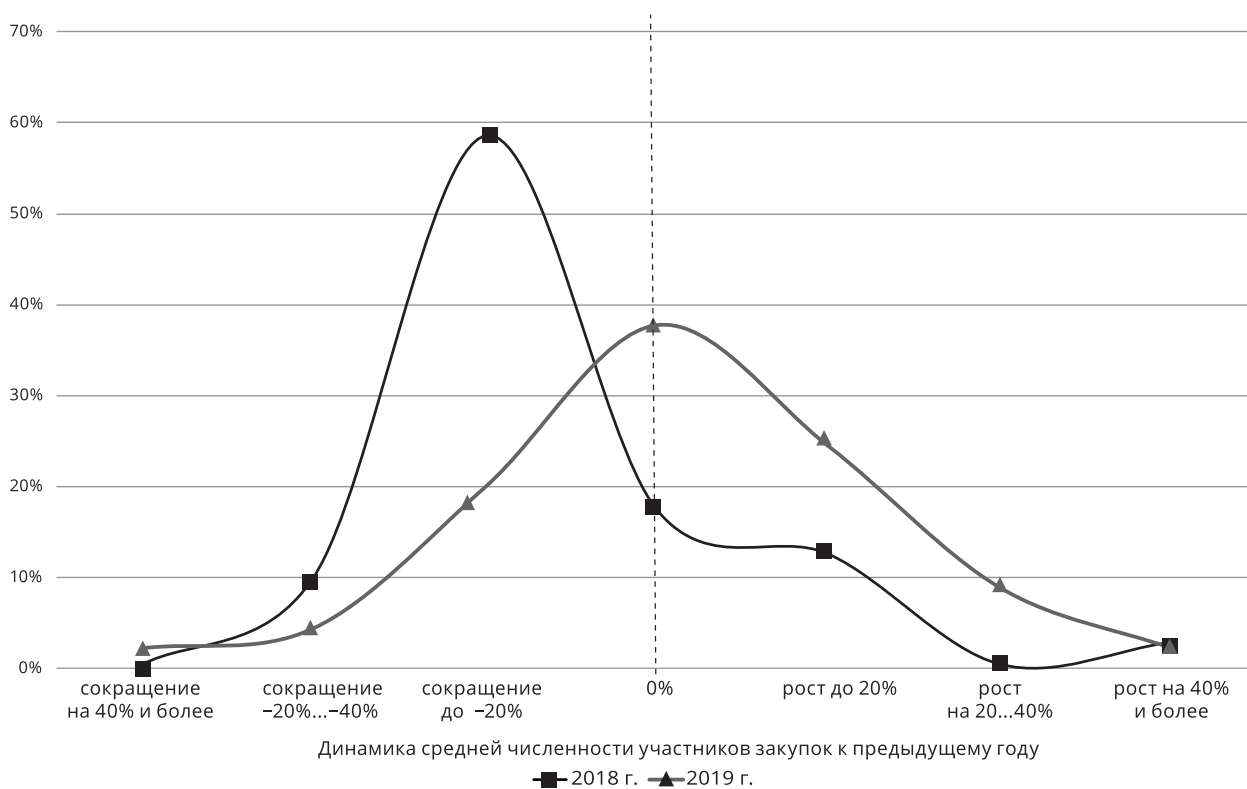
Среднее количество участников закупочных процедур опрошенных компаний незначительно снизилось



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

График 12

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

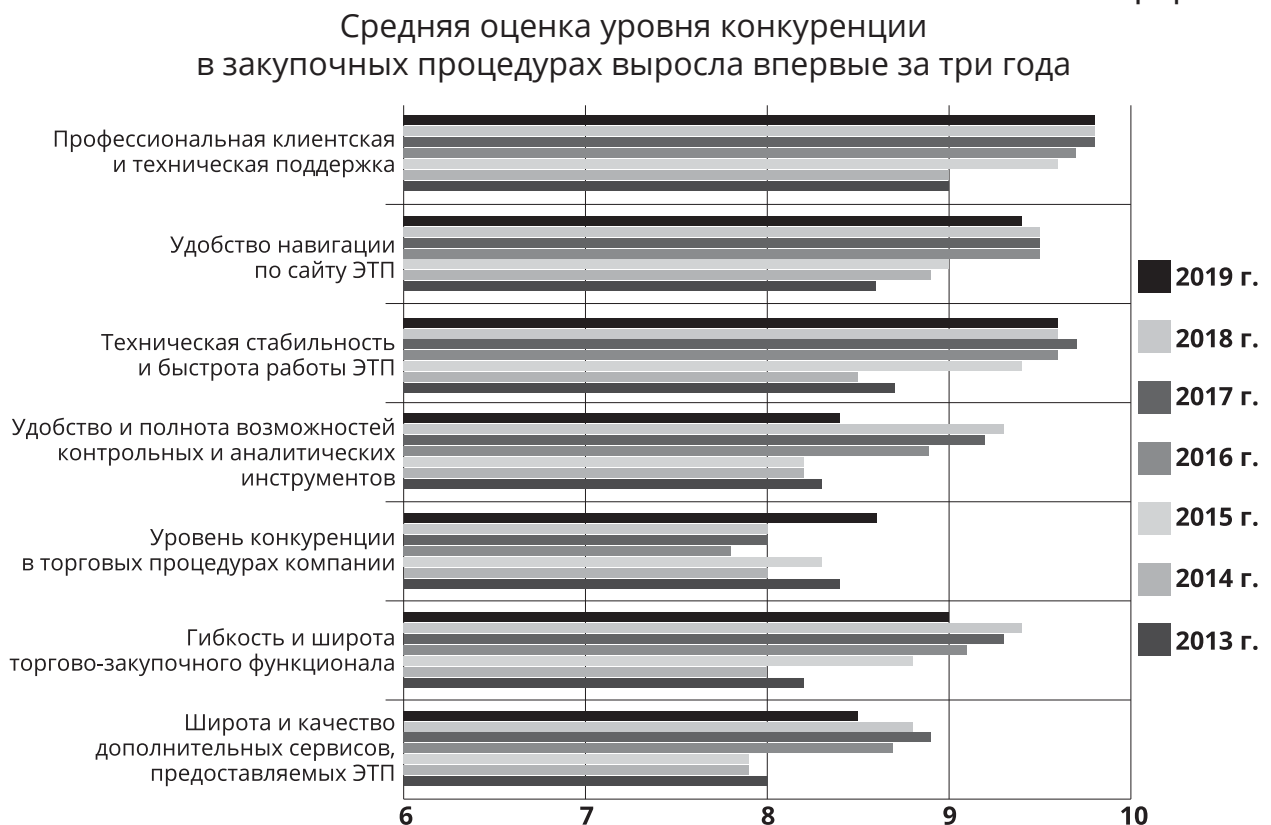


Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)



Позитивные изменения конкурентной среды в электронных закупках отражают и оценки респондентов качества услуг ЭТП по отдельным параметрам (**график 13**). Средняя оценка по критерию «Уровень конкуренции в торгово-закупочных процедурах компании» продемонстрировала наиболее значительный рост за все годы наблюдений. В то же время, было зафиксировано заметное снижение средних оценок качества услуг по таким критериям, как «Удобство и полнота контрольных и аналитических возможностей», «Гибкость и широта торгово-закупочного функционала», «Широта и качество дополнительных сервисов, предоставляемых ЭТП», оценки которых ранее стабильно росли.

График 13



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

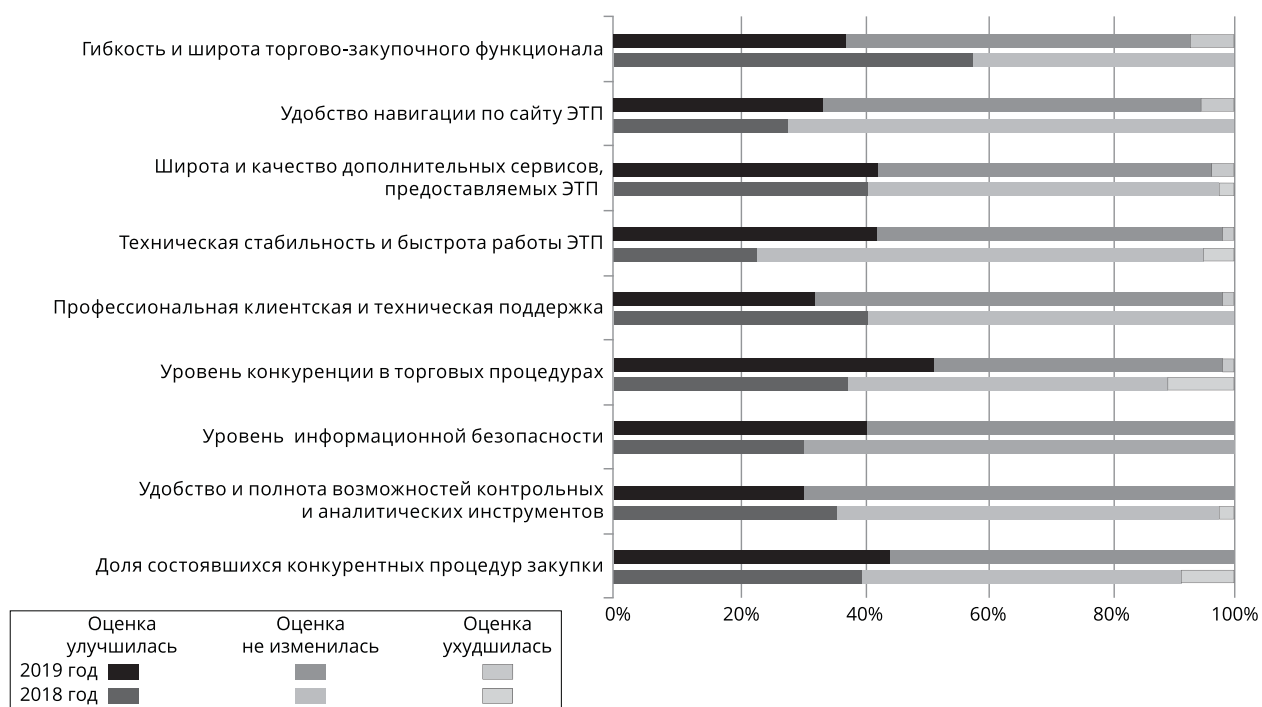
Аналогичную картину демонстрируют полученные в ходе анкетирования оценки изменения качества услуг ЭТП по сравнению с предыдущим годом (график 14). В 2018 году более 11% респондентов отметили снижение уровня конкуренции в торговых процедурах, причем этот критерий лидировал по количеству отрицательных оценок. В 2019 году ухудшение ситуации в этой области констатировали лишь 2% опрошенных. И, напротив, 52% принявших участие в анкетировании заказчиков отметили, что их оценка уровня конкуренции в торговых процедурах по сравнению с прошлым годом улучшилась. Среди предложенных критериев оценки качества услуг ЭТП рост уровня конкуренции отметила наибольшая доля респондентов. В то же время, по сравнению с результатами анкетирования 2018 года выросла доля компаний, которые отметили ухудшение качества услуг ЭТП по таким критериям, как гибкость и широта торгово-закупочного функционала, удобство навигации по сайту ЭТП, широта и качество дополнительных сервисов. Как было

показано выше, по этим же критериям произошло и наиболее заметное снижение абсолютных средних оценок качества услуг ЭТП респондентами.

Характерно, что эти параметры качества услуг площадок были отмечены опрошенными компаниями в качестве «болевых точек» в самых первых исследованиях RAEX в 2014 и 2015 годах, когда рынок услуг ЭТП находился в несравненно более низкой стадии зрелости. Одно из возможных объяснений — отмечаемый последние два года рост миграции крупных заказчиков между ЭТП, связанное как с изменениями в государственном регулировании закупок субъектов 223-ФЗ и отбором универсальных площадок, так и обострившейся конкуренцией ЭТП за крупных заказчиков. Смена оператора подразумевает более или менее длительный период адаптации, в течение которого могут обостриться проблемы, которые ранее являлись «детскими болезнями роста» рынка в целом.

График 14

В 2019 году значительная доля респондентов позитивно оценила изменение уровня конкуренции в закупочных процедурах по сравнению с предыдущим годом



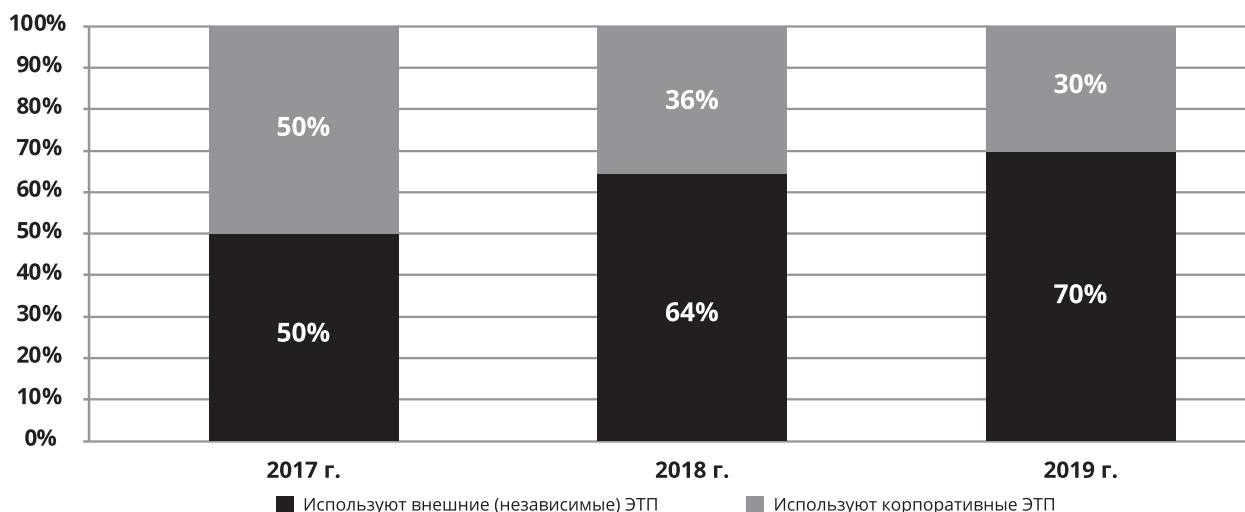
Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

## Конкуренция ЭТП за крупных клиентов: большой переезд

2019 год подтвердил тенденцию, впервые отмеченную нами по итогам исследования рынка 2018 года — большинство компаний из топ-200 рейтинга RAEX-600, впервые внедрившие электронные закупки, отдают предпочтение использованию независимых ЭТП, а не разработке и внедрению собственных корпоративных площадок. В 2019 г. в этом сегменте доля заказчиков-новичков, использующих услуги независимых ЭТП, составила 70% по сравнению с 64% годом ранее, в то время как в 2017 году наблюдался паритет между заказчиками, внедрившими корпоративные ЭТП, и компаниями, ставшими клиентами независимых площадок (*график 15*).

График 15

Большинство крупнейших заказчиков, внедривших электронные закупки в 2019 году, воспользовались услугами независимых операторов ЭТП (доля в общем количестве компаний, вошедших в топ-200 RAEX-600 в 2017–2019 гг., внедривших электронные закупки в течение соответствующего года)



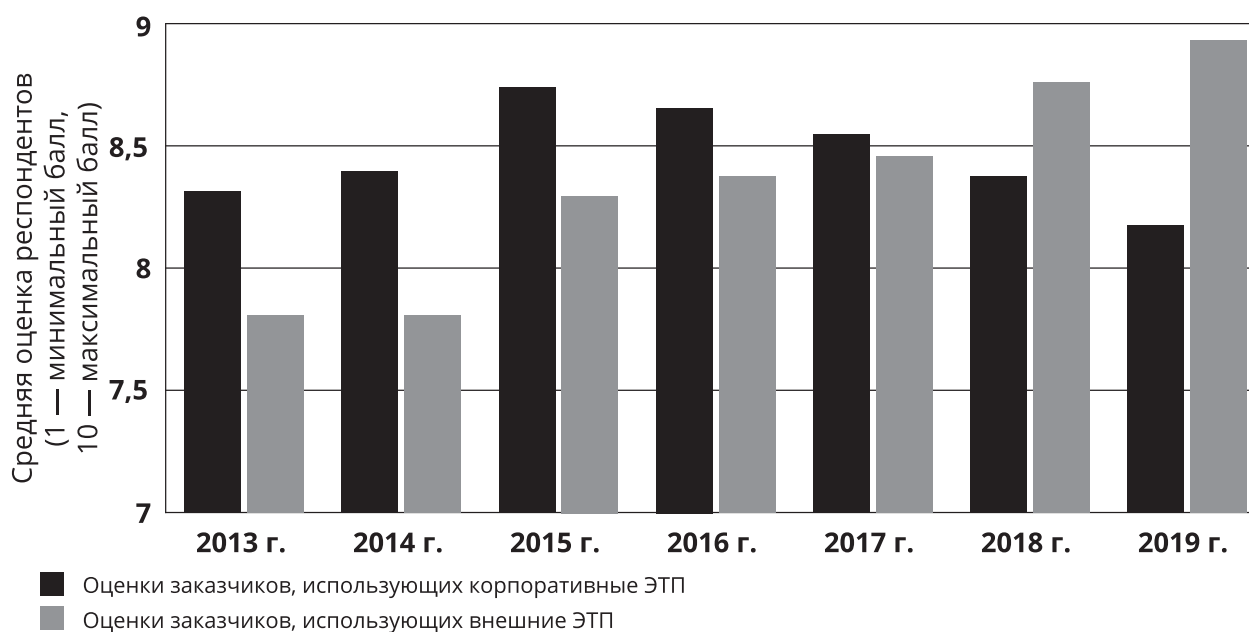
Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

Второй год подряд участники анкетирования, использующие независимые ЭТП для проведения закупок, в среднем оценили качество услуг используемых площадок выше, чем заказчики, использующие корпоративные площадки. Причём разрыв между средним уровнем оценок качества услуг ЭТП этих двух групп заказчиков значительно вырос по сравнению с результатами анкетирования 2018 года (*график 16*). Таким образом, в последние два года результаты анкетирования зафиксировали изменение оценки крупнейшими корпоративными заказчиками сравнительных преимуществ использования внешних и собственных корпоративных ЭТП: корпоративные ЭТП по качеству и разнообразию предлагаемых сервисов, по мнению компаний, всё сильнее отстают от крупнейших независимых площадок.

В связи с тем, что для крупной компании, впервые внедряющей электронные закупки, альтернативой использованию услуг независимых (внешних) операторов ЭТП является создание и внедрение собственной корпоративной площадки, либо решений, позволяющих проводить электронные процедуры на базе уже используемых

График 16

Корпоративные заказчики второй год подряд  
в среднем оценили качество услуг независимых ЭТП выше, чем корпоративных



*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

ИТ-систем, можно говорить о наличии своего рода конкуренции между внешними и корпоративными площадками за крупных корпоративных заказчиков.

«Важный тренд — отказ крупных заказчиков от собственных площадок в пользу отобранных операторов. Заказчики экономят деньги, нервы и снимают с себя почти всю ответственность технического характера, в том числе за обеспечение информационной безопасности, а взамен получают огромный пул поставщиков, уже обученных и знающих правила игры у отобранных операторов электронных площадок», — комментирует **Николай Андреев**, генеральный директор ЗАО «Сбербанк-АСТ».

В условиях насыщения рынка привлечение крупных заказчиков, в настоящее время использующих корпоративные ИТ-решения для проведения закупок, обладает огромным потенциалом для роста клиентской базы операторов ЭТП. Тем не менее, как и в прошлом году, утверждать, что на рынке сформировалась устойчивая тенденция отказа крупнейших заказчиков от эксплуатации корпоративных площадок в пользу сервисов независимых ЭТП как минимум преждевременно.

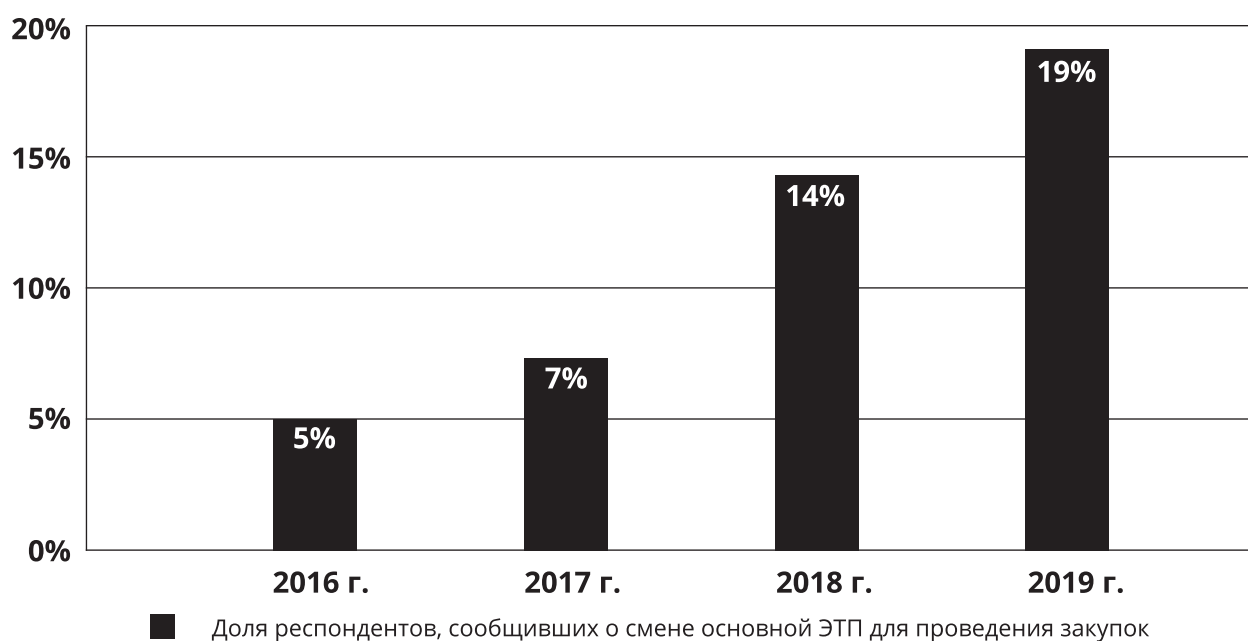
Ещё одна тенденция 2018 года, которая получила продолжение в 2019 году — рост «миграции» крупных заказчиков между независимыми ЭТП. Доля респондентов, предоставивших данные о смене основной ЭТП для проведения закупок в течение 2019 года, в общей численности принявших участие в анкетировании компаний увеличилась до 19% по сравнению с 14% годом ранее (*график 17*). В то же время, по данным RAEX, в 2015–2017 годах этот показатель стабильно находился на уровне 7–8%.

Такой всплеск обусловлен состоявшейся в 2018 году реформой 223-ФЗ, а также проведение отбора универсальных ЭТП, которые стимулировали отток заказчиков, проводящих регулируемые закупки, с площадок, не включённых в перечень отобранных ЭТП.

«В отрасли последние два года постоянно идут существенные изменения. Это отнимает очень большой ресурс у ЭТП, которые прошли отбор, и не позволяет

График 17

Доля респондентов, сообщивших о смене основной ЭТП для проведения закупок, растёт второй год подряд



Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)

сфокусироваться на других сегментах, в частности на коммерческих заказчиках. Площадки, которые не прошли отбор, прежде всего работают именно в сегменте коммерческих закупок», — комментирует **Дмитрий Сытин**, генеральный директор ЭТП «ТЭК-Торг».

Впрочем, преувеличивать значение этого фактора не следует: среди сообщивших о смене основной ЭТП компаний субъекты 223-ФЗ и частные компании распределены поровну. Более того, большинство этих компаний использовали для проведения закупок более одной ЭТП, поэтому смена основной площадки для них, зачастую, заключалась в перераспределении объёмов и количества проводимых закупочных процедур между используемыми ЭТП.

Ещё одним фактором, облегчающим смену ЭТП для крупных заказчиков, является рост качества сервисов ведущих операторов, а также накопленный ими опыт взаимодействия с корпоративными заказчиками из различных отраслей и секторов экономики. По наблюдениям как самих операторов ЭТП, так и руководителей закупок ряда крупных компаний, процесс интеграции независимых ЭТП в системы управления закупками крупных компаний, а также адаптация их функционала к потребностям заказчиков, в настоящее время проходит значительно проще и быстрее, чем пять-шесть лет тому назад. Соответственно, временные и финансовые издержки, связанные со сменой ЭТП, сдерживают заказчиков все меньше. ◀

## Рейтинг качества услуг ЭТП

Рейтинг качества услуг операторов ЭТП по оценкам крупнейших корпоративных заказчиков по итогам 2019 года косвенно демонстрирует, что реформа госрегулирования закупочной деятельности субъектов 223-ФЗ пока не привела к существенному изменению структуры рынка услуг ЭТП и его консолидации (*таблица 1*). При этом уровень оценок качества услуг ведущих ЭТП со стороны их крупнейших клиентов остаются стабильно высоким (*таблицы 2–9*).

В рейтинг вошли ЭТП всех операторов, отобранных для проведения закупок в соответствии с 44-ФЗ и закупок у субъектов МСП в соответствии с 223-ФЗ, за исключением ЭТП Lot-online.Ru (площадка АО «Российский аукционный дом»), что объясняется специализацией этого оператора на проведении процедур по реализации имущества.

В то же время, свои позиции сохранили или даже улучшили крупнейшие ЭТП, не прошедшие отбор, которые были вынуждены переориентироваться на работу в нерегулируемом, коммерческом сегменте рынка. Таким образом, эти операторы, по крайней мере, на данном этапе развития рынка, смогли найти новые рыночные ниши и закрепиться в них.

Вместе с тем, состоявшаяся реформа повлияла на позиции операторов, которые специализировались на проведении регулируемых закупок в узком отраслевом сегменте или закупок одного якорного заказчика. В частности, рейтинг покинули такие значимые в прошлом операторы, как ТЗС Электра, АКД и SetOnline — количество оценок качества услуг этих площадок, предоставленных респондентами в 2019 году, недостаточно для корректного расчёта рейтингового балла.

Также можно отметить улучшение результата ЭТП АО «ТЭК-Торг», связанное, в том числе, с активным участием в анкетировании крупнейших дочерних и зависимых обществ ПАО «Роснефть», являющегося якорным заказчиком этой площадки. Наконец, необходимо упомянуть рост количества и уровня оценок ЭТП ГПБ, отражающих возросшую активность этого оператора на конкурентном рынке межкорпоративной электронной торговли.

Таблица 1

Лучшие ЭТП по уровню удовлетворённости  
корпоративных заказчиков качеством их услуг\*

Место в рейтинге		Электронная торговая площадка	Итоговый балл	Средневзвешенная оценка респондентов, имевших опыт сотрудничества в качестве заказчика с данной ЭТП**	Доля в общем количестве оценок, %***
2019 год	2018 год				
1	1	АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	1,97	9,0	22
2	2	Электронная торговая площадка B2B-Center	1,78	9,1	19
3	4	АО «ТЭК-торг»	1,00	9,5	10
4	3	НЭП-Фабрикант	0,98	7,7	13
5	5	ГК «ТендерПро»	0,86	9,2	9
6	6	ООО «РТС-тендер»	0,50	8,5	6
7	7	Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	0,44	8,8	5
8	8	ЭТП «ГПБ»	0,33	9,8	3
9	12	ЭТП ONLINECONTRACT	0,32	9,5	3
10	11	«Агентство по государственному заказу Республики Та-тарстан» (www.zakazrf.ru)	0,31	9,1	3
11	—	ЭТП ЕТРРФ	0,17	6,8	3
12	9	АО «ОТС»	0,14	5,6	3

\* 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**
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,43
ГК «ТендерПро»	9,32
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,31
ЭТП ONLINECONTRACT	9,03
АО «ТЭК-торг»	9,02
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	8,59
НЭП-Фабрикант	8,18
ЭТП «ГПБ»	8,02

\* 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.

*Источник: RAEX, по данным анкетирования компаний*

Таблица 3

Гибкость и широта торгово-закупочного функционала

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
ГК «ТендерПро»	9,68
АО «ТЭК-торг»	9,67
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	9,62
ЭТП ONLINECONTRACT	9,61
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,37
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,21
НЭП-Фабрикант	8,70
ЭТП «ГПБ»	8,00

\* 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.

*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*



Таблица 4

Удобство и полнота возможностей  
контрольных и аналитических инструментов

<b>ЭТП, клиенты которых поставили оценку*</b>	<b>Средневзвешенная оценка**</b>
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	9,67
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,57
ГК «ТендерПро»	9,53
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,50
АО «ТЭК-торг»	9,49
ЭТП ONLINECONTRACT	8,90
ЭТП «ГПБ»	8,40
НЭП-Фабрикант	8,30

\* 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.

*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

Таблица 5

Широта и качество дополнительных сервисов,  
предоставляемых ЭТП

<b>ЭТП, клиенты которых поставили оценку*</b>	<b>Средневзвешенная оценка**</b>
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,24
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,17
АО «ТЭК-торг»	8,92
ГК «ТендерПро»	8,85
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	8,76
ЭТП ONLINECONTRACT	8,75
НЭП-Фабрикант	8,33
ЭТП «ГПБ»	8,08

\* 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.

*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

Таблица 6

Техническая стабильность и скорость работы ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «ТЭК-торг»	9,62
ГК «ТендерПро»	9,51
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,26
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,14
НЭП-Фабрикант	8,92
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	8,91
ЭТП «ГПБ»	8,84
ЭТП ONLINECONTRACT	8,78

\* 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.

*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

Таблица 7

Удобство навигации по сайту ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «ТЭК-торг»	9,67
ГК «ТендерПро»	9,64
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	9,62
ЭТП ONLINECONTRACT	9,61
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,22
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,15
ЭТП «ГПБ»	9,01
НЭП-Фабрикант	8,98

\* 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.

*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

Таблица 8

Качество клиентской и технической поддержки

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,65
АО «ТЭК-торг»	9,59
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,52
ГК «ТендерПро»	9,41
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	9,10
НЭП-Фабрикант	9,05
ЭТП ONLINECONTRACT	9,03
ЭТП «ГПБ»	8,98

\* 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.

*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

Таблица 9

Уровень информационной безопасности

ЭТП, клиенты которых поставили оценку*	Средневзвешенная оценка**
АО «Единая электронная торговая площадка» (roseltorg.ru)	9,86
Электронная торговая площадка B2B-Center	9,82
АО «ТЭК-торг»	9,78
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	9,72
ГК «ТендерПро»	9,51
ЭТП ONLINECONTRACT	9,28
НЭП-Фабрикант	9,05
ЭТП «ГПБ»	9,00

\* 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.

*Источник: RAEX (по данным анкетирования компаний)*

**«Самый мощный внешний драйвер для развития электронного рынка услуг в настоящее время — это популяризация цифровой экономики»**

**Николай Андреев,**  
генеральный директор ЗАО «Сбербанк-АСТ»

— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в будущем?

— Рынок межкорпоративной электронной торговли развивается с каждым годом всё интенсивнее. Всё больше компаний переходит на электронную форму закупок, активнее используют электронные площадки для проведения закупочной деятельности. В 2019 на нашей электронной площадке по 223-ФЗ было размещено 117 381 процедур, что практически вдвое больше показателя 2018 года (66 022). Свой вклад в общий рост, разумеется, внесли и закупки у СМСП по 223-ФЗ.



Ещё один важный тренд — отказ крупных заказчиков от собственных площадок в пользу отобранных операторов. Заказчики экономят деньги, нервы и снимают с себя почти всю ответственность технического характера, в том числе за обеспечение информационной безопасности, а взамен получают огромный пул поставщиков, уже обученных и знающих правила игры у отобранных операторов электронных площадок.

Основным трендом для развития рынка в будущем является цифровизация закупочной деятельности крупных корпоративных заказчиков. Корпоративные заказчики с различным регулированием внутреннего закупочного процесса переходят к более детальному локальному регулированию своих закупок, унификации закупочных процедур и, конечно, проведению в электронной форме не только закупок, но и продаж.

— Какие драйверы обеспечивают развитие рынка в настоящее время в наибольшей мере? Какие сегменты межкорпоративного электронного рынка развиваются наиболее активно?

— Автоматизация процесса электронных закупок, сокращение времени проведения закупочной процедуры, электронная контрактация — это и есть драйверы развития рынка сегодня и в будущем. Наша площадка постоянно работает над внедрением новых инструментов, развитием инфраструктуры системы. Самый мощный внешний драйвер для развития электронного рынка услуг в настоящее время — это популяризация цифровой экономики.

Один из наиболее ярких секторов закупок сейчас — электронные магазины. Изменение подходов к регулированию малых закупок в госсекторе, которые теперь фактически не такие малые, вызвали интерес и у заказчиков по 223-ФЗ. Стоит отметить, что переход к обязательной электронной форме в малых закупках по 44-ФЗ только начинает осуществляться, и мы ожидаем, что уже в этом году сложится новая региональная практика. При этом типовые положения о закупках в регионах стали катализатором интереса к централизации закупок региона по 223-ФЗ у тех же уполномоченных органов, что проводят закупки по 44-ФЗ. Надеемся, что продолжится централизация закупок регионов по 223-ФЗ, и сложится практика проведения совместных закупок уполномоченными органами. Нельзя не отметить и ещё один важный фактор роста, который снижает барьеры для входа и развития малого и среднего бизнеса — сближение регулирования закупок у СМСП по 223-ФЗ с 44-ФЗ.

**— Какие направления развития бизнеса вашей ЭТП в сегменте межкорпоративной электронной торговли являются для вас приоритетными? Какие ниши на этом рынке представляют для вас наибольший интерес?**

— Приоритетом является, прежде всего, обеспечение гибкой организации проведения закупок, возможность создавать и настраивать функционал под потребности заказчика. Мы всегда стараемся максимально быстро реагировать на любые изменения регламентов и алгоритмов проведения закупочных процедур компании-заказчика. Большое внимание мы уделяем закупкам у СМСП. Наш электронный магазин малых закупок SberB2B подходит как для госсектора, так и для корпоративных заказчиков. Из сервисов для поставщиков — гибкая система подписки, финансовые продукты и услуги в режиме онлайн.

**— Какие факторы в наибольшей мере тормозят развитие электронного рынка в настоящее время?**

— Эффективность электронной торговли обеспечивается ростом конкуренции среди поставщиков. Довольно часто у поставщиков возникают вопросы по срокам оплаты по договорам, а заказчики нередко предлагают участвовать в торгах с отсрочкой платежей. У средних коммерческих компаний уже выстроена работа с определённым списком поставщиков, и они опасаются расширять этот список из-за рисков срыва поставок. У некоторых коммерческих заказчиков до сих пор отсутствует понимание того, что рост конкуренции среди поставщиков возможен и без потери качества товаров, работ и услуг.

**— С момента проведения реформы 223-ФЗ, серьёзно повлиявшей на развитие рынка услуг ЭТП, прошло более полутора лет. Остаётся ли рынок услуг ЭТП в регулируемом сегменте межкорпоративной торговли конкурентным? Какие факторы конкурентоспособности на этом рынке в настоящее время являются наиболее значимыми?**

— Да, это конкурентный рынок. При этом отобранные операторы, которые обязуются соответствовать высочайшим требованиям, оказывать качественный сервис клиентам — должны за 2 года достигнуть и количественного результата, а именно достичь 5% по совокупному объёму и по совокупному количеству закупок по 44-ФЗ и 223-ФЗ у СМСП. Наиболее значимыми факторами конкурентоспособности остаются надёжность функционала, актуальная «донастройка» сервисов площадки

под активно изменяющееся законодательство с одной стороны, и под положения о закупках заказчиков — с другой.

— **Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?**

— Попытку унификации закупок несколько нивелировала итоговая вариативность конкурентных и неконкурентных процедур в законе. Несмотря на то, что доля закупок у СМСП несомненно высока, довольно много заказчиков, которые могут не применять эти нормы. Они могут проводить неконкурентные или конкурентные закупки на площадках, которые не участвовали в отборе. Стоит отметить, что отбор площадок способствовал развитию сервиса и тех ЭТП, которые не получили аккредитацию. Соответственно, рынок площадок остаётся столь же высококонкурентным.

— **Как внедрение единой системы аккредитации участников закупок в ЕРУЗ отразилось на проведении закупочных процедур на вашей ЭТП? Какие трудности в связи с внедрением этой системы для вас возникли?**

— 2019 год был переходным периодом для регистрации поставщиков в ЕРУЗ. Этого времени было достаточно, чтобы выполнить все требования и продолжить активно принимать участие в торгах. Внедрение ЕРУЗ прошло в штатном режиме. Всем участникам заранее были направлены уведомления о необходимости регистрации в системе. И, надо сказать, такой подход является несомненно удобным — одновременная и единократная регистрация на все площадки, на различные виды закупок и продаж.

— **Одно из ключевых направлений развития сервисов ЭТП в настоящее время — создание электронных магазинов B2B для проведения простых и малых закупок. Каковы подходы вашей ЭТП к созданию такого рода сервисов? Какими конкурентными преимуществами обладает «Сбербанк-АСТ» в этой сфере?**

— На торговой площадке малых закупок SberB2B мы стремимся построить сервис, где покупатели смогут закрыть все потребности своего бизнеса в сфере малых закупок, а поставщики найти клиентов для долгосрочного сотрудничества. И в этой части подходы к созданию электронных магазинов B2B мало чем отличаются от подходов B2C рынка. Один из примеров, позаимствованных у B2C-рынка — каталог товаров и услуг. Мы постоянно работаем над его расширением и привлечением новых поставщиков на площадку. В то же время мы развиваем дополнительные сервисы внутри личного кабинета пользователя, сопутствующие процедуре закупок. Среди конкурентных преимуществ электронного магазина нужно отметить расширение конкуренции и получение лучших цен, проверку контрагентов, прозрачную цепочку согласования и принятия решений, электронный договор, возможность проведения аукциона среди участников. В целом, это более простой и быстрый по сравнению с классической закупкой способ получения ТРУ.

— **«Сбербанк АСТ» реализовал ряд региональных проектов электронных «магазинов» прямых закупок для государственных и муниципальных заказчиков.**

**Какие наработки, полученные в результате работы на межкорпоративном рынке, могут быть использованы в такого рода сервисах? И наоборот, как опыт создания сервисов для прямых закупок в сегменте 44-ФЗ может быть применён для развития сервисов для корпоративных заказчиков?**

— Нам приятно, когда заказчики сами выступают с предложениями внедрить на нашей платформе их разработки. Мы всегда стремимся распространять самые удачные практики. Кроме того, региональные заказчики заинтересованы в привлечении поставщиков региона, и готовы проводить с ними работу: семинары и обучение. Организационная работа, которая проводится совместно с площадкой, несомненно, хорошая практика для всех. Корпоративный сегмент фактически приходит в уже готовый магазин, «опробованный» на 44-ФЗ. В нём уже есть поставщики, умеющие предлагать свой товар, знающие электронный документооборот, есть каталог товаров, услуг, сервисы, позволяющие обосновать цену, проверить надёжность контрагента и обезопасить расчёты, максимально снизить цену, получить альтернативные или дополнительные предложения поставщиков, сформировать аналитику и отчёты. Поставщики могут получать и финансовые услуги, кредиты, банковские гарантии.

**— Какие тренды прошлого года в области развития основных дополнительных сервисов ЭТП, на ваш взгляд, являются наиболее перспективными и востребованными заказчиками?**

— Не теряют актуальности возможность интеграции площадки с информационной системой заказчика и создание комфортной закупочной экосистемы. Можно отметить развитие дополнительных услуг, не связанных с функционалом площадки. Например, методическая помощь заказчику при проведении закупки, в том числе в выстраивании закупочной структуры компании. Таким образом, площадка позиционирует себя не только, как функционал, но как центр компетенций по закупкам и продажам.

**— На ваш взгляд, какие изменения в правовом регулировании закупок по 223-ФЗ и 44-ФЗ могут оказать наиболее заметное влияние на развитие рынка электронной торговли в ближайшие два года?**

— Мы ожидаем сокращения времени проведения закупочных процедур, возможности проведения на электронной площадке закупок у единственного поставщика. Будет продолжаться сближение закупок у СМСП по 223-ФЗ и 44-ФЗ. Например, заимствования из 44-ФЗ: обоснование начальной цены договора, формирование требований к банковской гарантии, унификация требований к участникам закупки СМСП. Безусловно, следующим шагом должна стать автоматизация электронных документов и уход от бумажных носителей при закупках по 44-ФЗ, например, протоколов. Дальнейшее распространение безбумажного подхода на документацию, договоры и акты. Затем, по аналогии, распространение этой практики и на 223-ФЗ. Электронный магазин и каталог ТРУ, унификация требований к ТРУ, автоматизация учёта исполнения — эти изменения сейчас на слуху у всех участников торгов.

Обсуждается и возможная унификация способов закупки по 223-ФЗ, контроль государства за исполнением договоров не только в 44-ФЗ, но и в 223-ФЗ.

## «Наша клиентская база за последние несколько лет сильно изменилась»

**Андрей Бойко,**  
коммерческий директор электронной торговой  
площадки B2B-Center



— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Как вы могли бы оценить динамику объёма рынка по итогам прошлого года?

— Рынок электронной торговли между коммерческими компаниями (без учёта закупок заказчиков по 44-ФЗ и 223-ФЗ) значительно вырос. По открытым данным 12 крупнейших ЭТП, объём таких закупок в 2019 году увеличился на 36% и составил 2,3 трлн рублей. Из них на B2B-Center прошло закупок на 1,7 трлн рублей. Мы выросли сильнее рынка — на 57% в год. При этом рынок сохраняет огромный потенциал. По нашей оценке, весь объём B2B-торговли в России превышает 14 трлн рублей.

Главная причина — растёт проникновение электронных закупок. Они стали органичным элементом цифровой трансформации бизнеса. В эту сторону идут банки, страховые компании, агрохолдинги, производители продуктов питания, торговые сети, транспортные компании, лёгкая промышленность. Им нужны достоверные данные о самих себе, а получить их без оцифровки процессов невозможно.

К этому подталкивает состояние российской экономики. Компании не могут прогнозировать будущее на несколько лет, поэтому снижают расходы и себестоимость здесь и сейчас.

Ещё одна причина — на смену прежнему поколению менеджмента приходит новое. Это люди 25–35 лет, которые выросли в мире высоких технологий, доверяют им и спокойно пользуются. Интернет-торговля для них — норма, а не какая-то модная новинка. Поэтому они активно используют ЭТП для экономии, контроля и автоматизации закупок.

— Как изменилась клиентская база — как заказчиков, так и поставщиков — вашей площадки под влиянием реформы регулирования 223-ФЗ? Как реформа повлияла на отраслевую структуру вашей клиентской базы?

— Реформа дала административные преимущества отобранным площадкам. Но и мы можем сказать ей: «Большое спасибо». Ужесточение регулирования заставило пересмотреть нашу стратегию развития. В результате мы минимизировали риски, связанные с изменениями законодательства.

Наша клиентская база за последние несколько лет сильно изменилась. 70% заказчиков на B2B-Center — коммерческие компании, на них приходится 80% от общего объёма торгов. Это торговые сети, телекоммуникационные и ИТ-компании, металлургические и машиностроительные предприятия, агрохолдинги, нефтегазовые и строительные компании.



Вопреки ожиданиям реформа не привела к обвальному оттоку клиентов, работающих по Закону № 223-ФЗ. Сейчас на B2B-Center таких заказчиков порядка 30%. Это предприятия атомной и машиностроительной отраслей, электроэнергетические и телекоммуникационные компании, аэропорты и морские порты, водоканалы и предприятия ЖКХ. В прошлом году пришли и новые клиенты. Например, уникальное российско-китайское предприятие из Ярославля — «Хуадянь-Тенинская ТЭЦ».

Им стало труднее работать, так как часть закупок надо проводить на другой площадке. Но это самые лояльные пользователи, которые видят эффективность B2B-Center и ценят наш подход к клиентам.

**— Компании каких отраслей обеспечили в прошлом году наибольший прирост вашей клиентской базы, а также объёма торгов? Торги какой номенклатурой товаров, работ, услуг, с точки зрения объёмов, росли опережающими темпами в прошлом году?**

— Самые быстрорастущие сегменты на B2B-Center — это закупки торговых сетей и интернет-магазинов (за 2019 год их объём вырос на 41%), телекоммуникационных компаний (на 17%) и агрохолдингов (на 14%).

Вслед за клиентской базой изменилась и отраслевая структура торгов. Самыми популярными категориями стали закупки транспортно-логистических услуг (19,4% от общего числа торгов) и закупки банковских, юридических, маркетинговых, охранных и других видов услуг (16%). Эти сегменты значительно выросли за прошлый год и опередили традиционные для B2B-Center закупки машиностроительной и металлургической продукции, строительных товаров и услуг.

**— Какие специфические запросы к вам, как оператору ЭТП, предъявляют заказчики из числа компаний ритейла и АПК?**

— Главное требование — адаптация площадки под задачи клиентов. Мы настраиваем ЭТП под структуру управления и процессы новых заказчиков, делаем интеграцию с их внутренними CRM-системами, разрабатываем новые способы закупок, а также внедряем сервисы для работы с данными о закупаемых товарах и их аналогах.

Специфический запрос со стороны торговых сетей связан с оцифровкой direct-закупок, то есть закупок товаров на полку. В прошлом году мы создали процедуры, которые позволяют одновременно проводить закупку 7–10 тысяч товарных позиций с участием нескольких сотен поставщиков.

Один из основных запросов агрохолдингов — это унификация запросов заказчиков и предложений поставщиков. Здесь мы используем наш сервис для управления справочниками закупаемой и поставляемой продукции. Он помогает заказчикам и поставщикам понять друг друга с технической точки зрения.

**— Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?**

— Думаю, это временная ситуация. Пока продолжается переходный период. Часть площадок действительно переориентировалось на коммерческий сегмент или смежные рынки. Другие же постепенно теряют позиции и работают по инерции.

В ближайшие год-два рынок могут покинуть площадки, которые зависят от одного заказчика или закупок на региональных рынках.

— Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в среднесрочной перспективе?

— Главный тренд — это оцифровка закупок малого объёма через интернет-магазины для бизнеса. Есть запрос со стороны заказчиков из всех сегментов закупок — коммерческого, по 223-ФЗ и по 44-ФЗ. На обслуживание таких закупок они тратят слишком много времени, денег и ресурсов.

Один из наших клиентов подсчитал, что тратит 50 тысяч рублей на согласование и проведение закупки ручки за 3 тысячи. Процессы слишком сложные. Составить ТЗ и документацию, опубликовать всё это на площадке, получить предложения, вскрыть конверты и подписать протоколы, а потом проверить поставщика и подписать с ним контракт. По факту же нужен не процесс, а результат.

Обычный покупатель может заказать бутылку молока через интернет и получить её через 15–30 минут, а компании для покупки 10 бутылок надо ждать две недели и задействовать отдел закупок из 8 человек. Рынок исправит это противоречие в ближайшее время.

Второй тренд — управление данными о закупках. Большинство заказчиков пришло к тому, что надо разбираться в закупаемой продукции. Автоматически отслеживать ситуации, когда цена одного и того же предмета закупки скачет на 300–400%. Поэтому они задумались о создании полных справочников закупаемых товаров и услуг, а также унификации описания всех позиций.

— Какие факторы в наибольшей мере тормозят развитие электронного рынка в настоящее время?

— Ситуация для развития рынка коммерческих закупок благоприятная. Цифровая эпоха наступила, и это не просто лозунги. Мы видим, что есть запрос со стороны заказчиков, а большинство поставщиков привыкло получать заказы через электронные торги.

Мешает развитию предубеждения и страхи у части игроков на рынке. Причины тут разные. Кто-то изучил опыт жёсткого регулирования госзакупок и понял, что в бизнесе это не сработает. Кто-то столкнулся с недобросовестным оператором ЭТП и разочаровался во всех других площадках. Кто-то по-прежнему чрезмерно охраняет секреты компании и боится открытости.

Работать с такими клиентами тяжело. Надо отвечать не только за себя, но и за весь рынок. Поэтому основная часть продаж на этом направлении — работа с негативом. Как правильно использовать ЭТП, какие возможности она даёт, как снизить риски и обеспечить информационную безопасность. Пример такого консервативного в прошлом рынка — закупки коммерческих компаний нефтегазового сектора. Сейчас они входят в ТОП-10 крупнейших сегментов на B2B-Center.

— Одно из ключевых направлений развития сервисов ЭТП в настоящее время — создание электронных магазинов B2B для проведения простых и малых закупок. Какие перспективы, как оператор, вы видите для себя в этой области?

— На рынке есть три подхода к развитию таких сервисов. Первый — B2B-магазин крупного поставщика. Второй — магазин одного крупного заказчика.

Третий — независимый маркетплейс, который на равных правах используют заказчики и поставщики.

Мы работаем с двумя последними моделями. В прошлом году запустили электронный магазин малых закупок для ГК «Росатом», а также начали пять пилотных проектов с другими крупными заказчиками. В будущем эти магазины станут частью общего маркетплейса для b2b-закупок стандартной продукции, которую можно однозначно описать.

Надеемся, что избавимся от общей родовой травмы операторов российских ЭТП, которые пытаются создать что-то принципиально новое, а в итоге все равно получается торговая площадка с процедурой закупки.

В идеальном b2b-магазине покупателем будет конечный заказчик продукции, а отдел закупок будет только согласовывать, отбирать поставщиков и устанавливать лимиты. Юридические лица смогут выбирать товары по цене, срокам доставки и условиям оплаты как в обычном магазине для физических. Это сильно сэкономит время, ресурсы и деньги обеих сторон закупок.

**— Как вы могли бы оценить успешность зарубежных проектов российских операторов ЭТП? Является ли зарубежная экспансия по-прежнему перспективным направлением развития бизнеса российских операторов, или же эти проекты себя не оправдали?**

— Об успехах других операторов в прошлом году сказать ничего не могу. Свои же проекты оцениваем позитивно.

На нашей площадке ETS-Tender в Казахстане уже прошло больше 4000 тысяч закупок на 125 млрд тенге (21 млрд рублей). Её активно используют коммерческие заказчики, а с 2019 года и субъекты естественных монополий.

Параллельно развиваем проект для заказчиков из Китая. Пока не могу раскрыть подробности, но мы создали оператора для работы на этом рынке и активно ведём переговоры с потенциальными клиентами.

Главная трудность, с которой сталкиваются российские операторы ЭТП, это особенности иностранных рынков. Мы ещё несколько лет назад поняли, что просто перенести российский продукт в другую страну не получится. Его надо адаптировать под местное законодательство, сложившуюся практику делового оборота и корпоративной торговли.

Очень важно заранее изучить потребности местных клиентов, а не навязывать им российский опыт. Даже для таких близких стран, как Казахстан, он может быть бесполезен. Для нас было настоящим открытием, что в этой стране корпоративная торговля развивалась через биржевые торги. Для России это нонсенс, а для Средней Азии — обычное дело. Поэтому на новом рынке надо обязательно найти надёжного партнёра, с которым можно объединить компетенции и создать востребованный сервис.

**— На ваш взгляд, какие изменения в правовом регулировании корпоративных закупок могут оказать наиболее заметное влияние на развитие рынка электронной торговли в ближайшие два года?**

— Для развития рынка электронной торговли надо сделать три шага. Первый — упростить регулирование и снизить административную нагрузку на закупочную деятельность. Невозможно в законах и постановлениях правительства описать все возникающие ситуации. Закупочным подразделениям надо дать возможность подстраиваться под изменения и оставаться гибкими.

Второе — ввести презумпцию невиновности для заказчиков. Не надо считать, что в отрасли работают только воры и коррупционеры. Сейчас кажется, что регулятор по умолчанию считает, что закупщик хочет не решить задачу компании, а получить личную выгоду.

Третье — пересмотреть статус сотрудников закупочных подразделений. Нужна адекватная оценка их деятельности. Если человек распоряжается миллионными контрактами и получает 30 тысяч рублей в месяц, то рано или поздно в отрасли действительно останутся только недобросовестные специалисты. Закупщики должны ценить свой статус и бояться потерять работу, тогда коррупционные риски снимутся сами по себе.

Если реализовать эти предложения, то на рынке будет развиваться конкуренция между командами закупщиков, операторами ЭТП и других сервисов для B2B-торговли. Соответственно будет расти эффективность, а отрасль становится более технологичной.

К сожалению, сейчас государство искусственно ограничивает конкуренцию. Мы видим, как с течением времени всё сильнее отдаляются закупки коммерческих компаний от закупок по закону № 223-ФЗ. Первые активно развиваются и адаптируются под изменения рынка, а вторые, наоборот, консервируются и все больше регламентируются в законе. ◀

**«Дальнейшее ужесточение правил игры, увеличение степени регламентации закупок по ФЗ-223, их приближение к требованиям 44-ФЗ, безусловно, будет влиять на рынок»**

**Александр Гуров,**  
директор ЭТП ONLINECONTRACT

— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в будущем?

— Результаты прошлого года мы оцениваем как очень позитивные. Регистрация новых клиентов на нашей площадке увеличилась на 31% по отношению к 2018 году. Количество заказчиков увеличилось на 12%. Средняя стоимость закупки увеличилась на 21%.

— Какие драйверы обеспечивают развитие рынка в настоящее время в наибольшей мере? Какие сегменты межкорпоративного электронного рынка развиваются наиболее активно?

— Расширяется проникновение электронных торговых площадок в закупочную деятельность предприятий. Всё больше компаний, не только крупных, но и субъекты МСП проявляют заинтересованность в электронных торгах. Активно развиваются дополнительные сервисы, помимо стандартного функционала ЭТП (финансовые, логистические, консалтинговые услуги для клиентов ЭТП) всё большую популярность приобретают магазины или порталы малых закупок. Собственно говоря, мы стараемся все эти новые веяния поддерживать и учитывать в рамках развития нашей площадки.

Что касается сегментов, то здесь прослеживается следующая тенденция. Если крупнейшие предприятия из сферы тяжёлой промышленности (нефтехимия, металлообработка, ТЭК) пришли на площадку давно, 5–10 лет назад, то в последнее время начинают активно работать такие отрасли как пищевая промышленность, сельское хозяйство, строительство, сфера услуг (гостиницы, банки, развлекательные центры), розничная торговля.

— Какие направления развития бизнеса вашей площадки в сегменте межкорпоративной электронной торговли являются в настоящее время приоритетными?

— У нас есть три основных направления — это ЭТП для осуществления коммерческих закупок, реализация активов и имущества и организация торговли продуктами, имеющими биржевые характеристики. Все эти направления у нас



активно развиваются, и мы стараемся в ближайшее время дополнить их новыми сервисами и функционалом.

— **Насколько перспективна и комфортна для вас ниша региональной межкорпоративной площадки? Какими конкурентными преимуществами по сравнению с федеральными операторами вы обладаете на вашем «домашнем» рынке?**

— ЭТП ONLINECONTRACT является федеральной площадкой и лидером в сегменте коммерческих закупок в Приволжском федеральном округе. У нас работают заказчики из Москвы, Санкт-Петербурга, Уральского федерального округа, но высочайших успехов мы добились в ПФО. Именно здесь сосредоточено наибольшее количество наших заказчиков и поставщиков.

Кстати, согласно информации, из СПАРК-Маркетинг, Республика Татарстан находится на третьем месте в РФ по количеству электронных закупочных процедур среди коммерческих заказчиков. Другими словами, для заказчиков и поставщиков в нашем домашнем регионе электронные закупки стали привычным, удобным и эффективным способом взаимодействия. В этом мы видим и свою заслугу.

Если выделять конкурентные преимущества нашей площадки, то первое — это широкая база заказчиков и поставщиков, которая активно использует инструменты электронной торговли. Во-вторых, каждому нашему клиенту мы предлагаем расширенное персональное обслуживание, в рамках которого стараемся максимально решить стоящие перед ним задачи. В-третьих, мы предоставляем не только функционал электронной торговой площадки, который практически идентичен у большинства ЭТП, но и консалтинг по построению эффективных закупочных бизнес-процессов. И часто электронные закупки являются не основным способом обеспечения нужд предприятия в сырьё и оборудовании.

— **Рассматриваете ли вы возможность выхода на межрегиональный или федеральный рынок услуг ЭТП? Или такая возможность отсутствует в настоящее время?**

— Мы являемся одной из старейших ЭТП (работаем на рынке с 2007 года) и очень быстро вышли за пределы Республики Татарстан. Нашими клиентами являются более 60 000 компаний из 63 регионов России и 73 стран мира. При этом мы хотели бы отметить, что все они в юридическом плане являются действующими. Мы ежедневно проводим мониторинг базы своих клиентов и блокируем доступ к участию в торгово-закупочных процедурах компаниям, попавшим в стадию ликвидации или банкротства.

В последние годы мы видим интерес к сотрудничеству с нами из стран СНГ — поступают предложения о партнёрстве из стран СНГ — Казахстана, Армении, Узбекистана, и мы прорабатываем эти варианты. Поэтому мы не исключаем возможность выхода на международный уровень, функционал нашей ЭТП это вполне позволяет.

— **В чём специфика продвижения и внедрения корпоративных электронных закупок в регионах? В чём заключается специфика региональных корпоративных заказчиков?**

— Мы бы не выделяли здесь специфику нашего бизнеса именно как регионального. У любой площадки среди клиентов существуют предприятия, у которых в совершенстве отлажены бизнес-процессы. Есть также предприятия, где бизнес-процессы

находятся в стадии становления. Как правило, речь идёт о субъектах МСП. Основной потенциал роста мы видим именно в предприятиях среднего и малого бизнеса, и часто сталкиваемся с неготовностью их бизнес-процессов к внедрению электронных форматов закупочной деятельности. ЭТП не является волшебной палочкой и должный результат невозможно получить без изменения в бизнес-процессах. Поэтому в базовый функционал взаимодействия с новыми клиентами, прежде всего заказчиками, включён консалтинг по закупочной деятельности. Абсолютно бесплатно мы обучаем сотрудников заказчика процессному подходу к результативным закупкам. Также у нас успешно работает проект «Открытые закупки», в рамках которого наши эксперты готовы изучить существующие бизнес-процессы и документы предприятия по закупочной деятельности, разработать полный пакет документов от Положения о закупках до системы мотивации закупщиков, провести обучение сотрудников, сопровождать закупочные процедуры предприятия от 6 месяцев до года. Именно благодаря такому подходу заказчики получают реальный эффект от сотрудничества с ЭТП. Естественно, такой консалтинг осуществляется по отдельному договору.

**— Какие факторы в наибольшей мере тормозят развитие электронного рынка в настоящее время?**

— Очевидно, что экономика России не развивается интенсивно, рост на уровне статистических погрешностей. Количество новых промышленных предприятий очень незначительное, доля импорта и доля госкорпораций высока. Экономика находится в состоянии стагнации 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 и искать новые инструменты, одним из которых может стать ЭТП.

**— Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?**

— Профессионалы рынка понимают, что государство стремится к контролю большей части закупок госкомпаний, компаний с госучастием, ФГУПов и МУПов, поэтому, конечно же, перераспределение долей рынка происходит. Мы предполагаем, что на восьми отобранных ЭТП будут проходить закупки не только для МСП, но и большинство закупок компаний — субъектов 223-ФЗ.

На нашей площадке доля закупок по 223-ФЗ всегда была небольшой и, при этом такие компании к нам очень лояльны. Конечно, функционал ЭТП был приведён в соответствие с требованиями законодательства и полностью им соответствуют, что в том числе, позволило продолжить с ними работу на ЭТП. Мы прогнозируем, что этот сегмент от нас не уйдёт. Но исторически мы сильны в сегменте коммерческих заказчиков. Все наши инструменты и бизнес-процессы подстроены под клиентов, которым важен именно экономический результат.

**— Одно из ключевых направлений развития сервисов ЭТП в настоящее время — создание электронных магазинов B2B для проведения простых и малых закупок. Какие специфические потребности региональных корпоративных заказчиков в этой области вы могли бы отметить?**

— У нас есть продукт ONLINE PRICE — интернет-витрина наших клиентов-поставщиков. В настоящий момент в нём размещено около 1 млн позиций товаров и услуг. Этот сервис мы разработали более 5 лет назад, ежедневно там проходят сотни заказов. При этом он доступен не только клиентам ЭТП ONLINECONTRACT, но и любому незарегистрированному пользователю. Хочу отметить, что этот сервис функционирует без взимания платы.

При этом на нашей текущей ЭТП проходят закупки от 5 000 руб. со сроком публикации от 3 рабочих дней. Поэтому инструменты для проведения малых закупок уже есть.

Но мы понимаем, что есть потребность в ещё более простых и быстрых закупочных процедурах. Поэтому для решения этой задачи мы занимаемся разработкой нового сервиса, который включит в себя всё лучшее что есть на нашей ЭТП и на рынке.

**— Какие технологические направления цифровизации закупочной деятельности в целом являются наиболее важными и перспективными?**

Одно из важных и востребованных направлений в цифровизации закупочной деятельности с целью повышения эффективности и результативности закупок — внедрение и автоматизация на ЭТП критериев качественной закупочной процедуры. Этими критериями являются: рассчитанная НМЦК, наличие корректного ТЗ, достаточных требований к участникам, перечень отборочных и оценочных критериев, проведение переторжки среди участников, зафиксированные сроки выбора поставщика и заключения контракта.

Наиболее актуальными в цифровизации закупочной деятельности являются автоматизированные и интеграционные процессы при совершении закупочных процедур. Это электронный документооборот (упрощение работы с документами); автоматизация входа на ЭТП через ЭП, телефон, технология OAuth-авторизации; интеграция с CRM и ERP-системами; использование словарей, справочников и иных сервисов, позволяющих упростить этап создания и участия в закупочной процедуре; микросервисная архитектура, гарантирующая устойчивость работы; защита данных пользователей и торговых процедур за счёт развивающихся программно-аппаратных комплексов.

Платформенная структура современных ИТ-продуктов, которые работают по принципу «одного окна», является трендом последних лет. В нашей компании мы также создаём единую платформу для наших клиентов, осуществляющих закупочную деятельность на ЭТП, которая будет включать все наши сервисы. Кроме того, осенние «цифровые» нововведения в ГК РФ о смарт-контрактах находятся в поле наших разработок, и, я уверен, найдут реализацию на ЭТП, особенно в части заключения, исполнения и расторжения сделок (контрактов) по итогам закупок.

За прошедшие 1,5–2 года мы внесли существенные изменения в функционал ЭТП: изменили дизайн, разработали новые сервисы и отчёты, внедрили новые способы взаимодействия с клиентами. Наши клиенты позитивно встретили эти изменения, и мы это увидели по росту показателей ЭТП. Мы не собираемся останавливаться на достигнутом и движемся дальше.

**— На ваш взгляд, какие изменения в правовом регулировании закупок по 223-ФЗ и 44-ФЗ могут оказать наиболее заметное влияние на развитие рынка электронной торговли в ближайшие два года?**

— В целом, мы положительно оцениваем курс на массовый переход к закупкам в электронной форме заказчиков — субъектов 44-ФЗ и 223-ФЗ. Так как указанный



тренд подхватывается, в том числе и коммерческими заказчиками, которые увеличивают долю электронных закупок в целом.

При этом не можем не отметить, что изменения последних двух лет в части отбора восьми аккредитованных площадок, естественно, оказали наиболее сильное влияние на рынок электронной торговли. Эти площадки получили большое конкурентное преимущество перед другими участниками рынка. Дальнейшее ужесточение правил игры, увеличение степени регламентации закупок по ФЗ-223, их приближение к требованиям 44-ФЗ, безусловно, будет влиять на рынок.

Тренд последних нескольких лет по цифровизации малых закупок, рынок которых оценивается примерно в 1 трлн руб. в год, будет продолжен. Регулятор активно развивает этот сегмент закупок, особенно в части госзакупок по 44-ФЗ. Будут появляться новые процедуры, универсальная инфраструктура, дополнительные электронные сервисы для участников закупок. Отобранные ЭТП активно пытаются включиться в данный процесс, возражая против монополии единого агрегатора торговли, Убеждён, что такие малые закупки в любом случае переместятся на торговые площадки. Мы в свою очередь также развиваем аналогичные сервисы на нашей ЭТП, давая возможность коммерческим заказчикам переводить в электронную форму свои малые закупки. ◀

## «Рынок услуг ЭТП был и остаётся конкурентным»

**Анастасия Жмурко,**  
генеральный директор ООО «Центр электронных  
торгов» (ЭТП «Торги 223»)

— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в будущем?

— Объём закупок в электронной форме вырос и это крайне положительная тенденция. Причём увеличение их доли складывается не только из закупок среди субъектов МСП, но и в переводе большей части закупок заказчиками на электронные площадки.

Трендом, на наш взгляд, стала возможность весь цикл закупочного процесса передать электронной торговой площадке. А отдельным сложнейшим этапам, как например, планированию, мы уделяем особое внимание. Для ряда предприятий мы внедрили консолидированные планы, учитывающие особенности работы группы и все требования ЕИС. Ещё одним трендом остаётся автоматизация всех закупочных процессов за счёт развития сервисов и функций электронной торговой площадки.

— Какие драйверы обеспечивают развитие рынка в настоящее время в наибольшей мере? Какие сегменты межкорпоративного электронного рынка развиваются наиболее активно?

— Основным драйвером является заказчик со своей спецификой, своими внутренними процессами и особенностями. Они становятся более требовательны к операторам ЭТП, всё чаще хотят индивидуальных решений и это абсолютно нормально. Сейчас многие заказчики проходят этап унификации закупок и делают это в том числе с помощью электронной площадки «Торги 223».

Вырос интерес и к закупкам малого объёма в электронной форме, но пока лучшее решение для их цифровизации, как элемента инфраструктуры площадки, ещё впереди. Существующие интернет-магазины не решают всех проблем малых закупок.

— Какие направления развития бизнеса вашей площадки в сегменте межкорпоративной электронной торговли являются в настоящее время приоритетными?

— Во-первых, у нас есть действительно исключительные решения для закупок лекарственных средств, медицинских изделий и иных ассортиментных групп товаров фармацевтических и лечебных учреждений.

Во-вторых, мы внедряем индивидуальные сервисы для заказчиков и специализируемся на автоматизации закупочных процессов. Также мы проводим оптимизацию работы и поставщиков, загрузка товаров в заявку, формирование заявок



по стандарту заказчика посредством автоматизированного сервиса и многое другое мы предлагаем уже сейчас.

Мы постоянно совершенствуем процессы совместно с нашими заказчиками, внедряем новые механизмы и оперативно реагируем на любые изменения. Наши заказчики знают, что всегда могут получить квалифицированную помощь на ЭТП «ТОРГИ 223».

**— В чём специфика продвижения и внедрения корпоративных электронных закупок в регионах? В чём заключается специфика региональных корпоративных заказчиков?**

— Здесь всё зависит от уровня такого заказчика. Во многих регионах внедряются или уже применяются региональные системы размещения заказа, а заказчики работают по типовым положениям о закупке. Мы в своей работе учитываем эту специфику, разрабатывая способы закупки и осуществляем интеграцию с такими системами. Например, в 2019 мы интегрировались с региональной системой Самарской области WEB-торги. Региональные заказчики требуют такого же внимания, как и федеральные, они всегда активно участвуют в опросах, стараются узнавать о функциональных нововведениях и активно пользуются сервисами электронной площадки. Со многими регионами ЭТП «ТОРГИ 223» работает много лет, и заказчики этих регионов на протяжении нескольких лет доверяют нам свои закупки и благодарят за высочайший уровень оказываемых услуг.

**— С момента проведения реформы 223-ФЗ, серьёзно повлиявшей на развитие рынка услуг ЭТП, прошло более полутора лет. Остаётся ли рынок услуг ЭТП межкорпоративной торговли конкурентным?**

— Бесспорно, рынок был и остаётся конкурентным. Реформа не имела для нас негативных последствий, поскольку у нас сконцентрированы заказчики из разных категорий, а их более 1 600. Наоборот, 2019 год стал для нас годом активного роста по всем показателям в 2 раза. У нас существенно увеличился входящий поток заказчиков, что свидетельствует о высоком качестве наших услуг и предлагаемых сервисов.

Заказчики выбирают ту площадку, которая может решить его задачу, которая обладает компетенциями в отрасли и имеет высокий уровень сопровождения и поддержки. Заказчики должны иметь возможность выбирать надёжного партнёра — оператора ЭТП, что и будет влиять на развитие рынка в целом.

**— Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?**

— Рынок покинули некоторые корпоративные площадки, так называемые «площадки одного заказчика». Также значительные объёмы потеряли те площадки, которые имели портфель исключительно крупных игроков, которые в значительных объёмах теперь проводят закупки только у СМСП. Предположения, что Заказчики не будут делить объёмы и перейдут на одну ЭТП не оправдались в полной мере. Да, мы не работаем с закупками, проводимыми по ст. 3.4, мы будем усиливать свои позиции в других сегментах.

— **Какие технологические направления цифровизации закупочной деятельности в целом наиболее важны и перспективны?**

— Те изменения, которые происходили в последние два года на рынке закупок показывают общее направление — прозрачность для проверок и отчётности, упрощение и унификацию основных подходов к закупочной деятельности. Многие крупные заказчики ещё только начинают процессы оптимизации закупок и цифровизацию всех этапов этого сложнейшего процесса. Здесь ключевую роль играет именно цифровизация всех циклов, а не отдельных её элементов. Интеграция площадки и внутренних корпоративных продуктов решает многие задачи и выстраивает работу в формат единого окна.

Здесь важно предложить такой механизм и для тех, кто не имеет корпоративной системы, но может воспользоваться тем же набором сервисов на площадке. При любых проверках должна стать полностью прозрачной система формирования НМЦ и это тоже важнейшее направление, мы такой сервис уже предлагаем, и он подтвердил свою эффективность.

Приоритетным направлением является и цифровизация договорной работы, применение нацрежима, пролонгация договоров и их исполнение. Много уже давно используется нашими заказчиками, мы стараемся транслировать положительный опыт на всех пользователей, при необходимости кастомизируем для конкретного заказчика или отрасли. Не забывая о поставщиках, мы провели специальный опрос и выяснили, какие цифровые сервисы были бы для них интересны. Скоро мы будем готовы ввести дополнительные новые инструменты и для участников. ◀

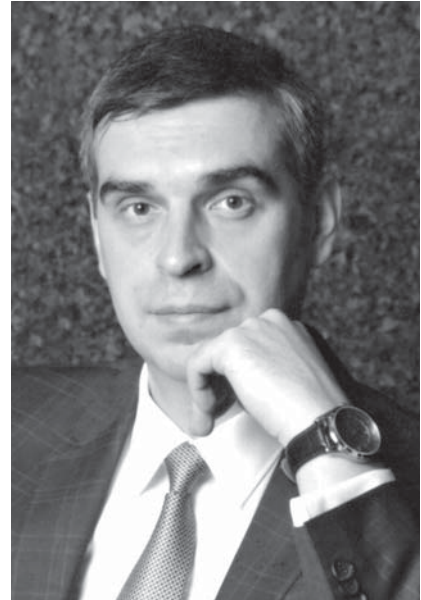
## «Рынок адаптировался к реформе»

**Геннадий Картышев,**  
коммерческий директор ГК «ТендерПро»

— Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация, или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?

— Я считаю, что ситуация из временной превратилась в постоянную. Рынок адаптировался к реформе. Крупные площадки уже были все со своими нишами, глобально эти ниши не поменялись.

Крупные заказчики консервативны, как и до реформы, они редко меняют площадки, на которых работают. В то же время всё равно сохраняется тенденция, когда игроки время от времени пытаются написать какие-то свои решения, или купить какие-то ресурсы для проведения закупок. Но более заметна тенденция, когда крупный бизнес заинтересован в интеграции с крупными операторами. В целом, рынок устоявшийся и ничего глобально-нового не происходит.



— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли?

— По поводу результатов для рынка межкорпоративных закупок и торговли, никаких существенных скачков или обвалов мы не наблюдали. Скорее всего, рынок насытился, и также отражает ту экономическую ситуацию, которая сегодня существует в стране.

С точки зрения коммерческих торгов появляются иногда компании, которые не пробовали электронные закупки, но это уже скорее исключение из правил. Основная часть компаний, которые хотели закупаться в электронном виде, уже проводят такие процедуры и попробовали уже не одну площадку. Имеют опыт и делают осознанный выбор.

С точки зрения эффективности она отражает больше экономическую ситуацию в стране, чем конкретную площадку. Но, тем не менее, задачи для развития сервисов есть. Потенциал рынка сегодня сосредоточен в мелких заказчиках и в мелких закупках, а они ещё больше зависят от общей ситуации в экономике.

— Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в среднесрочной перспективе?

— Никаких новых глобальных трендов мы в прошедшем году не увидели. Можно отметить зрелость заказчиков, которые уже имеют долгий опыт электронных закупок.

Такие заказчики совершенствуют свои внутренние механизмы и накладывают всё больше и больше внутренних бизнес-процессов на электронные процедуры. Они пытаются реализовать на электронных торговых площадках собственные, уникальные подходы. Наблюдать за этим и участвовать в таких проектах интересно.

**— Какие драйверы обеспечивают развитие рынка в настоящее время в наибольшей мере? Какие сегменты межкорпоративного электронного рынка развиваются наиболее активно?**

— Драйверы — это экономическая ситуация в стране, корпоративные заказчики, которые экономят свои средства, понимают плюсы электронной торговли. Экономия является драйвером.

Выделить активно развивающиеся сегменты сложно, можно проанализировать и отметить, что такая консервативная отрасль, как аграрная, тоже включается в процесс перевода закупок в онлайн. Благодаря тому, что рынок зрелый, у них это происходит достаточно быстро.

**— «ТендерПро» успешно осваивает нишу сопутствующих и дополнительных услуг для участников межкорпоративной электронной торговли. Какие направления дальнейшего развития вашего бизнеса в этом сегменте вы считаете наиболее перспективными?**

— По поводу дополнительных услуг стоит сказать, что мы развиваемся не только в части проведения самих закупок, мы видим процесс более длительным: от появления потребности до исполнения конкретного заказа. С точки зрения сервиса мы стараемся реализовать именно эту цепочку.

Есть смысл отдельно сказать, что никуда не ушла каталогизация, она всегда востребована. Кто-то заказывает эту услугу, кто-то решает эту большую проблему частично, своими способами. Но без профессионалов в данном направлении справиться сложно, поэтому рынок этих услуг всегда востребован.

В последнее время серьёзно крупными заказчиками востребованы различные маркетинговые исследования, основанные на данных. Мы развиваем это направление и считаем, что за ним тоже в будущем есть определённый потенциал.

**— Какие факторы в наибольшей мере тормозят развитие электронного рынка в настоящее время?**

— Основным фактором является то, что рынок действительно уже перенасыщен, всё равно рост будет наблюдаться, но небольшой. Основной фактор — это всё-таки экономическая ситуация в стране, которая тормозит рынок.

**— Одно из ключевых направлений развития сервисов ЭТП в настоящее время — создание электронных магазинов B2B для проведения простых и малых закупок. Какие перспективы, как оператор, вы видите для себя в этой области?**

— Создание электронных магазинов — это направление востребовано заказчиками уже давно. Просто сам заказчик не знает, как подойти к этому вопросу. Проанализировав рынок, мы видим, что решения, которые рынок приносит в данном направлении — пока точечные. Их нельзя масштабировать, каждый из таких сервисов узко решает проблему. Каждый сделан для конкретного заказчика и не носит массовый характер. Направление само по себе интересное. При кажущейся простоте и понимании запроса при взгляде сверху, очень много нюансов возникает изнутри.

Пока обсуждать и решать их получается только с конкретными заказчиками. Кроме того, выясняется, что к проведению таких процедур слабо готовы поставщики. Если глобально говорить об этом вопросе, то пока решения не носят массовый характер. Кейсы точечные. Посмотрим, к чему рынок придёт в конечном итоге.

**— Какие технологические направления цифровизации закупочной деятельности в целом являются наиболее важными и перспективными?**

— Мы считаем, что успешные проекты перехода к цифровым закупкам начинаются не с выбора технологического решения. В приоритете должны быть потребности предприятия, бизнеса. А их удовлетворение должна обеспечивать экосистема снабжения с многообразием сервисов и лёгкой их взаимозаменяемостью. ESB-архитектура, сервисная шина, станет в ближайшем будущем самым перспективным подходом, за которым мы видим отличные перспективы.

**— Как вы могли бы оценить успешность зарубежных проектов российских операторов ЭТП? Является ли зарубежная экспансия по-прежнему перспективным направлением развития бизнеса российских операторов, или же эти проекты себя не оправдали?**

— Считаем, что международное направление является перспективным, но оно никогда не станет массовым для рынка. Так как работать на зарубежных рынках с нашими подходами, которые отлично зарекомендовали себя в России, не получится, как оказалось, но некоторые точечные проекты себя оправдывают.

**— На ваш взгляд, какие изменения в правовом регулировании корпоративных закупок могут оказать наиболее заметное влияние на развитие рынка электронной торговли в ближайшие два года?**

— В коммерческом секторе регулировать всё должен рынок и конкуренция. Если сюда полезет государство, исчезнет конкуренция. Это доказывают государственные торги, где несмотря на ужесточение регулирования, количество процедур с единственным участником растёт. Регулирование приносит кроме здравых идей большой негативный результат. Надеемся, коммерческий сектор будет регулироваться по внутренним регламентам и будет сам определять, как проводить электронные закупки.

## **«Принципиальных стоп-факторов на рынке электронной коммерции сейчас нет»**

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



— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в будущем?

— Подводя итоги 2019 года, в первую очередь стоит отметить, что оборот рынка межкорпоративной электронной торговли в сегменте закупок крупнейших корпоративных заказчиков вырос более чем на 20% по сравнению с предыдущим отчётным периодом. Способствовали этому общий вектор развития страны в рамках цифровизации, вступившие в силу законодательные изменения по переводу конкурентных закупок в электронную форму, а также рост интереса частного бизнеса к внешним инструментам, направленным на повышение эффективности закупочной деятельности. Среди устоявшихся трендов последних лет стоит выделить отказ заказчиков от собственных ЭТП в пользу внешних, в связи с ограничением круга операторов уполномоченных Правительством РФ на проведение закупок среди субъектов малого и среднего предпринимательства в электронной форме.

— Какие драйверы обеспечивают развитие рынка в настоящее время в наибольшей мере? Какие сегменты межкорпоративного электронного рынка развиваются наиболее активно?

— Основным драйвером роста по-прежнему выступает крупный частный бизнес благодаря его стремлению к оптимизации закупочных процессов и, как следствие, заинтересованности в сотрудничестве с операторами электронных торговых площадок.

— Какие направления развития бизнеса ЭТП «РОСЭЛТОРГ» в сегменте межкорпоративной электронной торговли являются в настоящее время приоритетными? Какие ниши на этом рынке представляют для вас наибольший интерес?

В 2019 году активный рост клиентского портфеля нашей площадки происходил за счёт компаний, в первую очередь, из сфер строительства, розничной торговли, производства продуктов питания, химического производства. Как и годом ранее, в вопросе развития бизнеса мы делаем ставку на сегмент закупок частных компаний, так как область закупок субъектов 223-ФЗ достигла своего насыщения.

— Какие факторы в наибольшей мере тормозят развитие электронного рынка в настоящее время?



— На мой взгляд, принципиальных стоп-факторов на рынке электронной коммерции сейчас нет. Присутствует лёгкая степень неопределённости и энтропии в сфере государственных закупок, вызванные постоянным изменением законодательства (очередной оптимизационный пакет поправок к закону о госзакупках, сокращающий количество способов закупок с 11 до 3, опубликован Минфином 17 февраля 2020 года), но к этому более-менее привыкли и участники контрактной системы, и операторы площадок.

**— С момента проведения реформы 223-ФЗ, серьёзно повлиявшей на развитие рынка услуг ЭТП, прошло более полутора лет. Остаётся ли рынок услуг ЭТП в регулируемом сегменте межкорпоративной торговли конкурентным? Какие факторы конкурентоспособности на этом рынке в настоящее время являются наиболее значимыми?**

— Рынок универсальных электронных площадок, утверждённых Правительством РФ, в 2019 году сохранил дух конкурентности, но однозначно среди восьми игроков можно выделить тройку ведущих ЭТП, позиции которых с принятием закона о спецторгах сильно не изменились: на их долю приходится более 70% от совокупного объёма процедур, публикуемых субъектами 223-ФЗ в течение года. Учитывая, что функциональная часть каждой площадки в обязательном порядке должна соответствовать требованиям и положениям законодательства в сфере закупок, борьба между операторами сосредоточена в плоскости качества предоставляемых услуг, дополнительных клиентских сервисов, а также скорости реакции на обращения заказчиков.

**— Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация, или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?**

— До утверждения списка универсальных электронных торговых площадок, крупнейшие государственные компании и корпорации уже имели многолетний опыт взаимодействия с операторами площадок, вошедшими в перечень, но многие из них квотировали свои закупки между государственными и частными площадками. С принятием реформы заказчики продолжили квотировать свои закупки, но уже между универсальными ЭТП. Частные ЭТП сохранили сильные позиции в корпоративном сегменте, но перспектив взаимодействия с субъектами 223-ФЗ в обозримом будущем у них не осталось. Основным вектором развития большинство из них видит в предоставлении смежных сервисов, таких как: управление НСИ, электронный документооборот, финансовые сервисы, факторинг и другие.

**— Одно из ключевых направлений развития сервисов ЭТП в настоящее время — создание электронных магазинов B2B для проведения простых и малых закупок. Далеко не все корпоративные заказчики оценивают опыт создания такого рода корпоративных сервисов (как собственными силами, так и на платформах внешних операторов) полностью позитивно. Какие сложности в создании такого рода торговых площадок существуют?**

— По нашей практике, интерес корпоративных заказчиков к инструментам, которые делают процесс проведения малой закупки простым и прозрачным, ежегодно

возрастает. Но не каждый закупщик заинтересован в контроле процессов именно в этом, на первый взгляд, незначительном сегменте закупок компании. Крупнейшие заказчики, которые несколько лет назад директивно ввели применение электронных магазинов при проведении закупок малого объема и закупок у единственного источника для нужд своих предприятий, уже получили экономический эффект и совместно с площадками продолжают работу над кастомизацией интернет-магазинов под свои географические и отраслевые особенности.

Что касается частного бизнеса, применение интернет-магазинов в своей закупочной деятельности давно вышло за пределы процедур малого объема. Простой процесс проведения закупки в интернет-магазине органично накладывается на правила закупок ТМЦ, к которым привыкли частные предприятия.

**— Каких результатов формирования Каталога товаров, работ, услуг ЕИС вы ожидаете в 2020 году? Как создание такого каталога повлияет на развитие сервисов вашей площадки? Взаимодействует ли регулятор с ведущими операторами ЭТП по вопросам формирования КТРУ?**

— Каталог товаров, работ, услуг (далее — Каталог) уже больше двух лет применяется в закупках для обеспечения государственных и муниципальных нужд. За основу Каталога взят классификатор ОКДП2. Нормы и правила работы с ним регулируются рядом Постановлений Правительства РФ. Формирование отдельного каталога товаров, работ, услуг для субъектов 223-ФЗ вероятно пройдет по такому же маршруту, с учетом опыта создания первого и с применением тех же алгоритмов и технологий. Как известно, уже с 1 апреля 2020 года, заказчики по 223-ФЗ при формировании в реестре договоров информации о заключенном договоре, а также о результатах его исполнения, должны будут указать страну происхождения товара. Поэтому можно говорить о том, что сами заказчики примут непосредственное участие в формировании единого Каталога.

Мы же, в свою очередь, занимаемся развитием собственного каталога НСИ, как ключевого элемента наших решений для организации малых закупок госкорпораций и частных компаний.

**— Какие технологические направления цифровизации закупочной деятельности в целом являются наиболее важными и перспективными?**

— Для нас важным направлением развития является формирование новой цифровой бизнес-сети с одновременным повышением мобильности процесса организации и участия в закупках. Обратите внимание, что стоимость смартфонов ежегодно снижается, а доступность мобильного интернета повышается (средняя стоимость смартфона за последние 10 лет сократилась с 16 до 6 тыс. рублей, а проникновение мобильного интернета в России выросло с 20 до 70%). Согласно нашей аналитике, более 60% пользователей заходят на сайт площадки с мобильных устройств. В связи с этим, в рамках реализации первого этапа стратегии развития компании, в январе 2020 года мы запустили мобильную версию площадки, на которой осуществляются закупки госкорпораций у субъектов МСП ([msp.roseltorg.ru](http://msp.roseltorg.ru)), с возможностью подачи заявок и участия в закупочных процедурах с мобильных устройств. Помимо этого, АО «ЕЭТП» — первый федеральный оператор электронных торгов в России, разработавший и успешно внедривший новую технологию облачной электронной подписи, не требующей физического носителя. Внедрение данных решений

увеличило доступность участия в торгах за счёт возможности работы на площадке с применением мобильных устройств из любой точки мира.

Следующий этап реализации стратегических планов нашей компании предусматривает формирование цифровой бизнес-сети, то есть создание индивидуальных, кастомизированных под нужды конкретной компании электронных торговых микроплощадок, каждая из которых включает возможности:

- Интеграции с социальными сетями;
- Интеграции с ведущими мессенджерами;
- Размещения на мобильной платформе;
- Формирования своей витрины товаров.

Компания, работающая в рамках микро-ЭТП, может выступать и поставщиком, и заказчиком, опираясь на общесетевой каталог НСИ.

Данные возможности позволяют эффективно использовать сеть личных контактов руководителей компании, как деловой инструмент и систематизировать накопление социального капитала для повышения репутации (гудвилла).

**— Какие изменения в правовом регулировании закупок по 223-ФЗ и 44-ФЗ могут, на ваш взгляд, оказать наиболее заметное влияние на развитие рынка электронной торговли в ближайшие два года?**

— Пока мы не предвидим каких-либо законодательных изменений, влияющих на рынок электронной торговли или способствующих его развитию. Будут приняты поправки в 44-ФЗ; возможно, корректировки произойдут и в 223-ФЗ, но все они, с одной стороны, направлены на унификацию закупочных процессов и сокращение многообразия форм и способов закупок, а с другой ориентированы на развитие функционала Единой информационной системы (ЕИС) в сфере закупок (например, внедрение в ЕИС электронного активирования полностью закрывает цикл госзаказа — от планирования до приёмки результатов закупок).

Так что операторы площадок просто подстроятся под эти изменения — доработают закупочные механизмы, перенастроят схемы информационного взаимодействия с ЕИС, — а развитием будут заниматься в соответствии со своими стратегиями и общерыночными тенденциями. ◀

## **«Основным трендом будет создание региональных порталов поставщиков»**

**Андрей Субботин,**  
технический директор АО «Комита»

— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в будущем?

— 2019 год показал, что возможности для роста рынка межкорпоративной электронной торговли ещё не исчерпаны. Очень многие коммерческие предприятия, особенно субъекты МСП, ещё даже не пробовали оптимизировать свою закупочную деятельность с помощью ЭТП, но активно проявляют интерес к этому. Важным фактором, влияющим на этот рынок, является взятый страной курс на цифровизацию закупок. При этом ожидать рост закупок по 44-ФЗ и 223-ФЗ уже не приходится, так как они и так полностью зарегулированы.



— Какие драйверы обеспечивают развитие рынка в настоящее время в наибольшей мере? Какие сегменты межкорпоративного электронного рынка развиваются наиболее активно?

— На развитие межкорпоративного электронного рынка влияет общая экономическая ситуация в стране, которая выражается в усилении и ужесточении конкуренции. В таких условиях на передовые позиции выходит эффективность ведения бизнеса, в том числе процессов снабжения производств и закупок для обеспечения деятельности организации в целом. Чем эффективнее эти процессы, тем более конкурентоспособно предприятие. Организация эффективных процессов снабжения и закупок без использования ЭТП невозможна.

Наиболее развивающимся сегментом межкорпоративного электронного рынка мы считаем подключение к ЭТП в качестве заказчиков предприятий малого и среднего бизнеса. Сегмент крупного бизнеса почти полностью уже распределён между ЭТП, а сегмент МСП фактически не охвачен.

— Какие направления развития бизнеса вашей ЭТП в сегменте межкорпоративной электронной торговли являются для вас приоритетными? Какие ниши на этом рынке представляют для вас наибольший интерес?

— Наиболее приоритетными направлениями развития бизнеса нашей Универсальной электронной торговой площадки (УЭТП) мы считаем развитие финансовых услуг, логистических решений, продажа неликвидов и складских остатков, коммерческой недвижимости и иного имущества, а также расширение использования в качестве помощи заказчикам и поставщикам искусственного интеллекта. Мы также постоянно расширяем и дополняем сервисы и функциональность наших

электронных торговых ресурсов. Более того, мы их «обкатываем» на себе, что повышает их привлекательность для наших заказчиков, так как они получают уже решения, адаптированные к требованиям бизнеса.

**— Какие факторы в наибольшей мере тормозят развитие электронного рынка в настоящее время?**

— Развитие электронного рынка тормозит отсутствие полноценного электронного документооборота между предприятиями и организациями всех видов собственности, включая органы государственной власти. В настоящее время сложилась ситуация, что практически все они распределены между доверенными операторами электронного документооборота (ДОЭД), аккредитованными ФНС России, крупнейшие из которых саботируют возможность обмена электронными документами между своими клиентами и клиентами других ДОЭД. Эта ситуация длится уже много лет, но мы очень надеемся, что в связи со сменой правительства этот вопрос будет, наконец, решён.

**— С момента проведения реформы 223-ФЗ, серьёзно повлиявшей на развитие рынка услуг ЭТП, прошло более полутора лет. Остаётся ли рынок услуг ЭТП в регулируемом сегменте межкорпоративной торговли конкурентным? Какие факторы конкурентоспособности на этом рынке в настоящее время наиболее значимы?**

— Из-за реформы 223-ФЗ в 2018 году часть закупок была переведена на отобранные площадки, но это мелкие закупки, проводимые только для субъектов МСП. При этом большое количество крупных и наиболее значимых закупок заказчики проводят у нас. Это позволило УЭТП, согласно отчётам Минфина, занять по сумме торгов по 223-ФЗ за весь 2018 год 8-е место, а в I полугодии 2019 года — подняться на 5-е место. Заказчики с удовольствием с нами работают благодаря нашей клиентоориентированности, готовности адаптировать сервисы площадки под требования заказчика, оказать им всестороннюю помощь. Отдельно следует отметить наши наработки в части интеграции УЭТП с ЕИС в части 223-ФЗ. Существенным конкурентным плюсом является то, что мы сами являемся разработчиками программного обеспечения УЭТП. Программное обеспечение было разработано «с нуля» в 2018 году, поэтому является самым современным и легко адаптируемым к внешним условиям, так как не отягощено грузом предыдущих десятилетий эксплуатации. При разработке ПО был учтён огромный опыт, полученный нами при создании, развитии, эксплуатации и сопровождении электронной торговой закупочной площадки ОАО «РЖД».

**— Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?**

— Мы считаем, что потеряв большую долю рынка в количественном выражении, крупные операторы ЭТП, не прошедшие отбор, сосредоточили свои усилия на повышении качества и расширении состава оказываемых дополнительных сервисов, а также переориентировались на привлечение коммерческих заказчиков. Таким образом, сервисы ЭТП на рынке нерегулируемых закупок существенно развились,

а сервисы на рынке регулируемых проиграли в качестве. Как показывает практика, любой монополизм приводит к ухудшению качества сервисов. Необоснованные попытки ФАС перевести все оставшиеся закупки на постоянно неработающий ЕИС или отобранные по 44-ФЗ площадки уже не находят понимания даже в органах государственной власти.

— **Какие перспективные направления защиты информации и оптимизации торгово-закупочной деятельности по 44-ФЗ и 223-ФЗ вы могли бы отметить?**

— С точки зрения действующей в России нормативной базы по обеспечению безопасности информации все ЭТП являются объектами критической информационной инфраструктуры РФ, поэтому они все должны быть категоризованы, а принимаемые в них меры защиты информации должны обеспечивать требуемый уровень безопасности в соответствии с актуальными моделями угроз и нарушителя. Основным трендом в области защиты информации является переход с импортных средств защиты информации на отечественные, прошедшие контроль соответствия требованиям регуляторов: ФСБ России и ФСТЭК России. Очень важным фактором является также обеспечение надёжности функционирования ЭТП, что предполагает использование для их размещения ЦОД высокого уровня надёжности, не ниже Tier III.

Оптимизация торгово-закупочной деятельности может производиться в направлении упрощения самих процессов планирования, размещения и контроля исполнения закупок. Планируемые поправки в 44-ФЗ, озвученные в середине февраля Минфином, направлены именно на это: уменьшение количества видов проводимых процедур, упрощение конкурсной документации, перевод на электронный документооборот всех стадий закупочного процесса, включая исполнение контрактов и обжалование.

— **Одно из ключевых направлений развития сервисов ЭТП в настоящее время — создание электронных магазинов B2B для проведения простых и малых закупок. Каковы ваши подходы к созданию такого рода сервисов? Какими конкурентными преимуществами обладают ваши продукты в этой сфере?**

— Наша компания уже третий год продвигает различные решения в области создания торговых ресурсов B2B, объединённых в рамках Универсального электронного магазина. Мы сознательно не ограничиваем для бизнеса размер размещаемых закупок или предложений. Главное, с нашей точки зрения, — простота проведения процедур, поэтому наши электронные магазины — это магазины простых закупок без ограничения их стоимости. Основным достоинством наших магазинов мы считаем возможность их интеграции с логистическими сервисами, когда можно не просто купить товар, но в режиме онлайн рассчитать стоимость грузоперевозки и её заказать. Это существенно расширяет возможности ведения бизнеса, особенно для МСП.

Важным фактором, существенно повышающим эффективность проводимых на торговых ресурсах АО «Комита» корпоративных (коммерческих) закупок, является их отображение на порталах Бизнес-навигатора Корпорации МСП и «ТАСС-Бизнес» с совокупной аудиторией более 2 миллионов пользователей. Таким образом, эти порталы выступают своеобразной ЕИС в сфере коммерческих закупок.

— **Какие наработки, полученные в результате работы на межкорпоративном рынке, могут быть использованы при разработке электронных «магазинов»**

**прямых закупок для государственных и муниципальных заказчиков? И наоборот, как опыт создания сервисов для прямых закупок в сегменте 44-ФЗ может быть применён для развития сервисов для корпоративных заказчиков?**

— В первую очередь это возможность публикации не только ценовых запросов заказчиками, но и публикации предложений поставщиками. На основании этих предложений заказчик имеет возможность с помощью аналитических инструментов определить НМЦ, а также сразу оформить покупку требуемых ТРУ по устраивающей его цене. Стоит отметить, что с момента открытия все наши электронные магазины позволяли поставщикам также направлять заказы на предложения других участников, тем самым получая возможность не только выгодно продавать свои ТРУ заказчикам, но и друг другу.

**— Какие тренды прошлого года в области развития основных и дополнительных сервисов ЭТП, на ваш взгляд, наиболее перспективны и востребованы заказчиками?**

— Основным трендом прошлого года, который будет активно развиваться в этом году, будет создание региональных Порталов поставщиков. Не электронных магазинов для проведения закупок малого объёма, а именно полноценных ЭТП, сочетающих в себе всю функциональность, необходимую для проведения региональными заказчиками всех уровней, включая коммерческих, закупок, которые они не обязаны размещать на отобранных площадках. Это позволит регионам обеспечить полный контроль над региональными закупками, реально поддержать своих региональных поставщиков, в первую очередь субъектов МСП, а также консолидировать в регионе все денежные средства в сфере закупок. ◀

**«Расширение количества ЭТП, которые получили право работать в сегментах 44-ФЗ и 223-ФЗ, было правильным решением»**

**Дмитрий Сытин,**  
генеральный директор АО «ТЭК-Торг»



— Каковы, по вашим оценкам, результаты 2019 года для рынка межкорпоративной электронной торговли? Можете ли вы выделить какие-либо новые тренды, проявившиеся в прошлом году, которые будут влиять на развитие рынка в будущем?

— 2019 год охарактеризовался существенным ростом объёма государственных закупок по 44-ФЗ, а также небольшим увеличением объёма закупок госкомпаний по 223-ФЗ и закупок среди субъектов МСП.

По данным ЕИС, объём госзакупок вырос на 15%, до 9,6 трлн рублей. Объём закупок у субъектов МСП превысил плановый показатель и составил 3,713 трлн рублей (по информации Корпорации МСП). Объём закупок государственных компаний, регламентируемых законом 223-ФЗ, составил 14,12 трлн рублей.

Такая тенденция в госзакупках может являться следствием двух факторов: электронизации закупок, которые до поправок 2018 года проводились в форме бумажного документооборота, а также реализацией национальных проектов, которые также влияют на объём закупок. В закупках по 223-ФЗ мы не видим таких явных влияющих факторов, поэтому и объёмы увеличились незначительно. В этом сегменте, скорее, наблюдается естественный рост электронизации закупок и увеличение доли закупок среди МСП, которая к 2024 году должна достичь 5 трлн рублей в год.

Если выделять ключевые тренды, то их несколько. Во-первых, это тренд на упрощение закупок, заданный президентом Российской Федерации. На мой взгляд, правительство будет постепенно упрощать и ускорять процедуры в соответствии с задачей, поставленной президентом. Во-вторых, появилось смещение фокуса реформирования в сторону исполнения контракта. Раньше регулируемая часть процесса закупок начиналась с планирования и заканчивалась заключением контракта. Оправданно, что Правительство обратило внимание на процесс исполнения, в ходе которого и появляется результат. В-третьих — цифровизация закупок. Этот тренд выражается, например, вниманием к электронным магазинам. Перевод части закупок в такой вид одновременно и упростит, и оцифрует закупки. Это позволит всем участникам рынка получить много новых бенефитов. Конечно же, есть и другие тренды, но они пока не столь существенны.

— Какие драйверы обеспечивают развитие рынка в настоящее время в наибольшей мере? Какие сегменты межкорпоративного электронного рынка развиваются наиболее активно?



— Кроме уже обозначенных трендов, драйверами роста также являются изменения в регулировании закупок, прежде всего по 44-ФЗ. Эти изменения ведут к возникновению новых функций и сервисов. Например, 71-ФЗ ввёл понятие предквалификации поставщиков и изменил порядок проведения аукционов по стройке. Фактически, был дан старт созданию универсальной и специальной предквалификации поставщиков. Это перспективный сервис и совершенно новый подход к госзакупкам. К слову сказать, предквалификация давно и успешно используется в коммерческих закупках и закупках госкомпаний. Ещё один пример — внедрение электронного активирования в рамках исполнения договоров. Само появление этого документа и такой возможности послужит толчком к цифровизации исполнения договоров, приёмки товаров и работ. Важно, чтобы ЕИС не монополизировал акт, а наоборот, создал возможность для развития сервиса как электронным площадкам, так и разработчикам других информационных систем.

**— Какие направления развития бизнеса вашей площадки в сегменте межкорпоративной электронной торговли являются в настоящее время приоритетными?**

— Одно из приоритетных направлений — работа с сегментом закупок по 44-ФЗ. По этому направлению мы стали работать только в прошлом году, однако уже к концу 2019 года смогли около двух процентов рынка. С учётом нулевой доли на старте результат вполне оптимистический. В закупках по 44-ФЗ фактически не появляются новые заказчики, а текущие к нашему выходу на рынок были распределены между 5 электронными площадками. В этом состоит сложность работы на данном рынке. Однако качество сервиса, клиентоориентированность, ряд уникальных преимуществ выделяют нас среди однотипных площадок, и наша доля на рынке постоянно растёт. В 2020 год мы входим с долей в 2,1% по количеству опубликованных закупок за январь.

Второе приоритетное направление — закупки у субъектов малого и среднего предпринимательства. Мы много лет занимаемся развитием этого сегмента, ведём большую просветительскую деятельность по снижению барьеров для малого бизнеса. Президент Российской Федерации поставил амбициозные задачи по увеличению доли закупок у малого бизнеса до 5 трлн рублей к 2024 году. Понимая, что для решения этой задачи прежде всего нужно развивать потенциал производственных предприятий, в сентябре 2019 года мы заключили соглашение с Тюменской областью и запустили в пилотном режиме новый продукт — Региональный портал поставщиков и производителей.

Кроме традиционных направлений работ мы активно развиваем и новые продукты: закупки малого объёма, торги по реализации имущества и прав, юридически значимый электронный документооборот, финансовые сервисы и ещё целый ряд других направлений.

**— Какие направления диверсификации бизнеса на межкорпоративном электронном рынке представляют для вас наибольший интерес? Какие успехи в этой области были достигнуты?**

— Прежде всего, это направление закупок малого объёма. Активно мы развиваем его только 2 года, но даже за такой небольшой срок наш интернет-магазин стал заметным самостоятельным бизнес-направлением. Приведу в пример несколько цифр: в магазине активно работают около 500 заказчиков, проходит более 4000

закупок в месяц, общий объём проведённых закупок в денежном выражении превысил 2 млрд рублей. Отдельно стоит отметить, что около 90% победителей таких закупок — это субъекты малого и среднего предпринимательства. В 2019 году мы работали с коммерческими заказчиками и госкомпаниями. Сейчас готовим несколько проектов для выхода на рынок закупок малого объёма по 44-ФЗ.

Другое важное направление — реализация не востребовавшего и неликвидного имущества, а также реализация государственного имущества и прав. Невостребованным имуществом мы занимаемся с 2017 года и за это время выстроили эффективный сервис, который был по достоинству оценен нашими заказчиками. Это подтверждается обеспечением высокой конкуренции покупателей на торгах, в среднем 3,2 заявки на лот за 2019 год, а также повышением стоимости реализации имущества в ходе торгов более чем на 42% по торгам вторсырьём, 29% — по торгам земельными участками, 14% — по торгам коммерческой недвижимостью. С 2017 по 2019 год общая сумма реализованного имущества составила 30 млрд рублей, а средняя начальная цена лота — 37,5 млн рублей.

Относительно торгов по приватизации и прочих государственных торгов мы находимся в начале пути, однако обладаем всеми функциональными возможностями для работы в этом направлении. Из ключевых заказчиков мы уже сотрудничаем с Росимуществом, Правительством Москвы и рядом регионов. Считаем это одним из перспективных направлений своей деятельности, которое планируем усилить в ближайшее время.

Отдельно хочется выделить сервис юридически значимого электронного документооборота (ЮЗЭДО). С конца 2017 года мы являемся оператором ЮЗЭДО, уполномоченным ФНС. Уже более 18 000 клиентов используют нашу систему электронного документооборота. Электронные документы между участниками закупок передаются в ЭДО ТЭК-Торг через интернет за считанные секунды, что приводит к существенному сокращению затрат и времени на отправку и обработку документов, а также обеспечивает сохранность и безопасность передачи данных. Если ранее закрывающие документы поступали через 2–3 недели после отправки, то через ЭДО ТЭК-Торг участник получает их уже на следующий день. Сейчас мы запускаем новые проекты, которые позволят на базе нашей системы ЮЗЭДО создать полноценный сервис контроля и мониторинга исполнения контрактов для наших заказчиков и поставщиков.

#### **— Какие факторы в наибольшей мере тормозят развитие электронного рынка в настоящее время?**

— По-моему мнению, есть несколько факторов, которые влияют на снижение скорости и эффективности развития. Первый из них — большое количество изменений законодательства. Когда принимается закон или другой нормативный акт — это только начало огромной работы по реализации и имплементации его в жизнь. С одной стороны, конечно, всё должно совершенствоваться итерационно, но с другой — все уже устали от постоянных изменений. Стабильность в законе хотя бы на 3–5 лет крайне важна для организации эффективного процесса развития рынка.

Второй фактор — требования постановления правительства РФ по достижению минимальной доли рынка. Для площадок, которые только с 2019 года начали работать на рынке 44-ФЗ, достижение требуемой доли в ограниченные 2 года требует огромной концентрации ресурсов именно на работе по привлечению заказчиков, особенно с учётом того, что рынок 44-ФЗ был распределён в течение 10 лет

до отбора. Если бы правительство предоставило больший срок на достижение этой цели, то ресурсы можно было бы спланировать по-другому и сконцентрироваться на развитии новых сервисов.

— С момента проведения реформы 223-ФЗ, серьёзно повлиявшей на развитие рынка услуг ЭТП, прошло более полутора лет. Остаётся ли рынок услуг ЭТП в регулируемом сегменте межкорпоративной торговли конкурентным? Какие факторы конкурентоспособности на этом рынке в настоящее время являются наиболее значимыми?

— Эти полтора года показали, что расширение количества ЭТП, которые получили право работать в сегментах 44-ФЗ и 223-ФЗ (МСП), было очень правильным решением. Новые игроки, борющиеся за долю рынка, катализировали и старых игроков на улучшение сервиса и конкурентную борьбу за клиента. И заказчики, на мой взгляд, должны были по достоинству оценить положительные изменения. Конкуренция вынуждает быстро адаптироваться под требования заказчика, дорабатывать площадки, развивать сопутствующие сервисы, такие как обучение, расчёт НМЦК и многие другие, формирующие комплексное ценностное предложение.

Традиционно мы предоставляем один из самых лучших комплексных сервисов, что оценено заказчиками и конвертируется в вывод процедур к нам.

В настоящее время на нашей площадке работают более 1250 аккредитованных организаторов и более 350 000 поставщиков. Суммарный объём опубликованных процедур в денежном выражении превышает 8,6 трлн рублей, из них закупки на 2,4 трлн рублей были опубликованы только в 2019 году.

— Вопреки прогнозам, реформа регулирования 223-ФЗ не привела к существенной консолидации рынка услуг ЭТП. Рынок не покинул ни один крупный оператор ЭТП, не прошедший отбор. Это временная ситуация, или же рынок окончательно адаптировался к реформе, и все крупные игроки нашли свои ниши?

— Считаю, это ожидаемая ситуация. В отрасли последние два года постоянно идут существенные изменения. Это отнимает очень большой ресурс у ЭТП, которые прошли отбор, и не позволяет сфокусироваться на других сегментах, в частности на коммерческих заказчиках. Площадки, которые не прошли отбор, прежде всего работают именно в сегменте коммерческих закупок. Дальнейшее развитие ситуации сложно спрогнозировать наверняка, но движение к универсализации, оказанию со стороны отобранных ЭТП полного цикла услуг, однозначно есть. В долгосрочной перспективе, думаю, это всё-таки приведёт к консолидации на отобранных площадках основных крупных заказчиков, которые выберут аутсорсинговый сервис закупок, как минимум в части функций ЭТП.

— Одно из ключевых направлений развития сервисов ЭТП в настоящее время — создание электронных магазинов B2B для проведения простых и малых закупок. Какие специфические потребности компаний нефтегазовой отрасли в этой сфере вы могли бы отметить? Какие подходы к созданию такого рода сервисов использует АО «ТЭК-Торг»?

— В основе работы нашего Интернет-магазина лежит система управления номенклатурой закупаемой продукции. На данный момент она насчитывает 125 420 позиций реально закупаемого товара и услуг. Происходит непрерывный процесс

наполнения справочника Интернет-магазина — с середины 2019 года прирост новых позиций увеличился более чем в 2 раза и на конец января 2020 года составил 10435 позиций в месяц. Ядро справочника составляет общероссийский классификатор ОКПД2, по аналогии с государственным Каталогом товаров, работ и услуг. Между нашей системой НСИ и КТРУ установлены взаимосвязи. Каждая позиция номенклатуры кроме ОКПД2 и КТРУ привязана ещё к справочникам заказчиков. Это позволяет нам прозрачно взаимодействовать с заказчиками и поставщиками с точки зрения идентификации того, что одни хотят закупить, а вторые — продать.

Основными особенностями компаний нефтегазовой отрасли, как и электроэнергетической, являются большая географическая распределённость, высокие требования к уровню конкуренции и преобладание производственных позиций в закупках. Это требует от нас развитого сервиса работы, как с поставщиками, так и с номенклатурой.

**— На ваш взгляд, какие изменения в правовом регулировании закупок по 223-ФЗ и 44-ФЗ могут оказать наиболее заметное влияние на развитие рынка электронной торговли в ближайшие два года?**

— Дальнейшее развитие и совершенствование функционала ЕИС приведёт к появлению целостной и прозрачной закупочной экосистемы, созданной для упрощения и автоматизации закупочных процессов. Я уже упоминал о внедрении электронного активирования и создании универсальной, а также расширении специальной предквалификации поставщиков, которые приведут к повышению качества исполнения контрактов. Кроме этого, на развитие и автоматизацию электронных процедур повлияют такие факторы, как введение электронного обжалования в ФАС через ЕИС, оптимизация расходов на банковские гарантии (рейтинг деловой репутации), переход к структурированным электронным документам в ЕИС, оптимизация правил нормирования, исключение рисков злоупотребления, связанных с односторонним расторжением контракта, развитие независимого регистратора как основного инструмента контроля электронных площадок, дальнейшее развитие электронных магазинов по закупкам малого объёма. ◀



**RAEX**  
**III**