

13 марта 2014, г. Москва

Результаты опроса участников рынка
межкорпоративной электронной торговли
на I ежегодной конференции
«Электронные торговые площадки в России»



Кто есть кто

Обзор «Результаты опроса участников рынка межкорпоративной электронной торговли на I ежегодной конференции «Электронные торговые площадки в России: кто есть кто?» подготовили:

Дмитрий Миндич,
ведущий аналитик департамента аналитики и консалтинга

Дмитрий Кабалинский,
заместитель генерального директора

РЕЗЮМЕ

Рост оборота рынка межкорпоративной электронной торговли сдерживается невысокой потребностью ряда компаний в проведении электронных закупок, недоверием к этому способу закупок со стороны акционеров и руководителей компаний, а также дефицитом информации об электронных закупках и деятельности электронных площадок. Так считают большинство опрошенных участников рынка. Относительное меньшинство опрошенных – 15% и 11% соответственно – в качестве основного сдерживающего фактора видят сложность внедрения закупок в электронной форме и низкое качество услуг, оказываемых электронными торговыми площадками.

Участники рынка межкорпоративной торговли сделали выбор в пользу независимых ЭТП. Большинство опрошенных участников – 56% – считает, что оптимальным вариантом проведения закупок в электронной форме для корпоративных заказчиков является привлечение внешнего оператора ЭТП. 25% полагают, что заказчику стоит использовать для проведения закупок параллельно корпоративную и внешнюю электронную площадку. И лишь 20% участников опроса склоняются к использованию корпоративной ЭТП как основному способу проведения электронных закупок.

Внедрение электронных закупок в крупной компании сопряжено с умеренными трудностями. Так считает подавляющее большинство опрошенных участников рынка – 81%. 10% считают, что переход к использованию закупок в электронной форме – это трудный и затратный процесс. 8% опрошенных заявили, что такое внедрение не вызвало никаких затруднений.

Операторы ЭТП должны стать консультантами для корпоративных заказчиков. По мнению 58% опрошенных участников рынка, консультационные услуги в области реорганизации закупочной деятельности могут быть востребованы корпоративными заказчиками. 32% опрошенных полагают, что потенциальным клиентам ЭТП из числа корпоративных заказчиков может понадобиться только помощь ЭТП в организации взаимодействия компании и самой площадки. И лишь 10% уверены, что корпоративным заказчикам не нужны консультационные услуги со стороны ЭТП.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Опрос был проведен в интерактивном формате в рамках I ежегодной профессиональной конференции «Электронные торговые площадки в России: кто есть кто?», состоявшейся в Москве 26 февраля 2014 года. В опросе приняли участие более 60 руководителей закупок государственных и частных компаний, вошедших в 2013 году в рейтинг крупнейших компаний России «Эксперт-400», руководителей крупнейших российских электронных торговых площадок, руководителей компаний – разработчиков программного обеспечения для электронных торговых площадок. По оценкам «Эксперта РА», объем закупок в электронной форме компаний, вошедших в рейтинг «Эксперт-400», составил в 2012 году порядка 3,7–3,8 трлн рублей.

ИТОГИ ОПРОСА

График 1. Что, на ваш взгляд, в наибольшей мере сдерживает рост межкорпоративной электронной торговли в секторе B2B?



Источник: «Эксперт РА», по данным опроса участников рынка межкорпоративной электронной торговли на конференции «ЭТП в России: кто есть кто?»

33% опрошенных участников считают, что основным фактором, сдерживающим рост оборота межкорпоративной электронной торговли в секторе B2B, является отсутствие потребности некоторых компаний в проведении закупок в электронной форме. По мнению 22% участников, рост рынка тормозит предубеждение акционеров и руководителей компаний против проведения закупок на электронных площадках, а 20% считают, что тормозом является дефицит информации об электронных закупках и деятельности ЭТП. Относительное меньшинство опрошенных — 14% и 11% соответственно — в качестве основного сдерживающего фактора видит сложность внедрения закупок в электронной форме и низкое качество услуг, оказываемых электронными торговыми площадками.

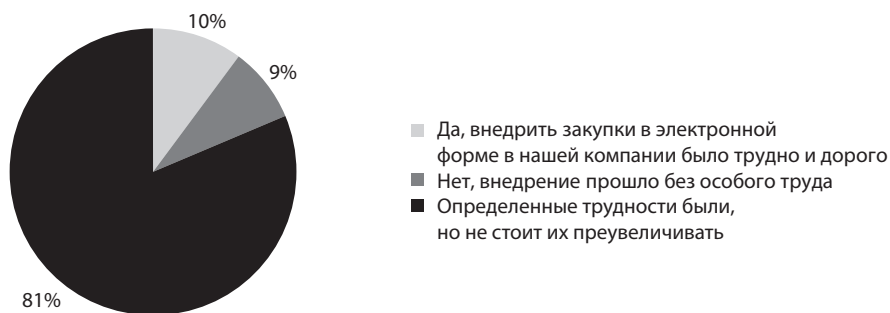
График 2. Какой вариант для проведения закупок в электронной форме вам представляется оптимальным?



Источник: «Эксперт РА», по данным опроса участников рынка межкорпоративной электронной торговли на конференции «ЭТП в России: кто есть кто?»

Большинство опрошенных участников — 56% — считает, что оптимальным вариантом проведения закупок в электронной форме является привлечение внешнего оператора ЭТП. 24% полагают, что заказчику стоит использовать для проведения закупок параллельно корпоративную и внешнюю электронную площадку. И лишь 20% участников опроса склоняются к использованию корпоративной ЭТП как основному способу проведения электронных закупок.

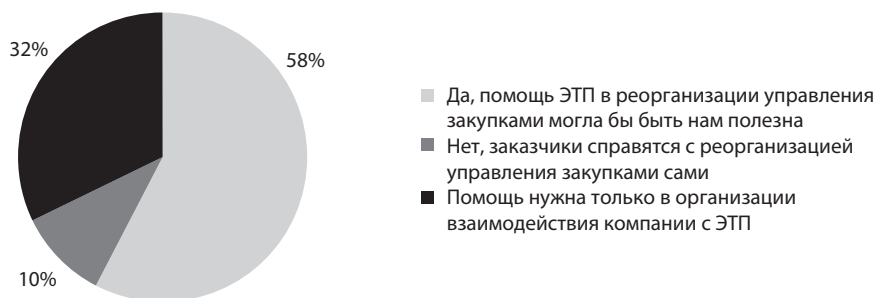
График 3. *Согласны ли вы с мнением, что внедрение электронных закупок в крупной компании – это затратный и трудный процесс?*



Источник: «Эксперт РА», по данным опроса участников рынка межкорпоративной электронной торговли на конференции «ЭТП в России: кто есть кто?»

Подавляющее большинство участников опроса – 81% – полагает, что внедрение электронных закупок в крупной компании сопряжено с определенными трудностями, но их не стоит преувеличивать. 10% считают, что переход к использованию закупок в электронной форме – это трудный и затратный процесс. 9% опрошенных заявили, что такое внедрение не вызвало никаких затруднений.

График 4. *Согласны ли вы, что электронные площадки должны уделять больше внимания оказанию консультационных услуг своим потенциальным клиентам?*



Источник: «Эксперт РА», по данным опроса участников рынка межкорпоративной электронной торговли на конференции «ЭТП в России: кто есть кто?»

По мнению 58% участников опроса, электронные торговые площадки должны уделять больше внимания оказанию консультационных услуг клиентам в области организации управления закупками, поскольку такого рода услуги могут быть востребованы заказчиками. 32% опрошенных полагают, что потенциальным клиентам ЭТП из числа корпоративных заказчиков может понадобиться только помощь ЭТП в организации взаимодействия компании и самой площадки. Наконец, лишь 10% участников конференции уверены, что корпоративным заказчикам не нужны консультационные услуги со стороны ЭТП.