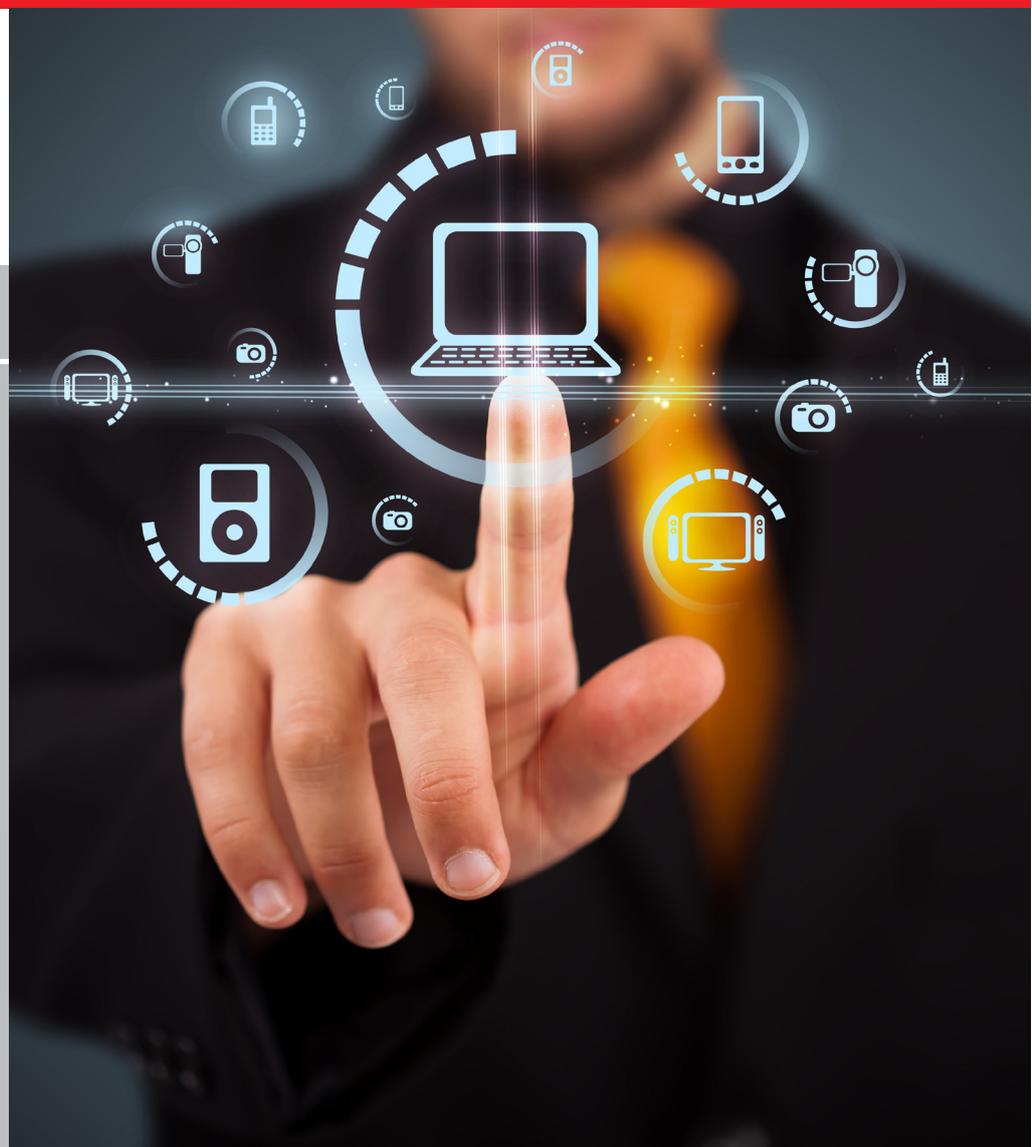


Результаты опроса участников рынка
межкорпоративной электронной торговли
на IV Ежегодной конференции
«Электронные торговые площадки в России»



Кто есть кто

Обзор «Результаты опроса участников рынка межкорпоративной электронной торговли на IV 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

Участники рынка электронной торговли B2B оптимистично оценивают его перспективы. Ровно половина респондентов считает, что крупные компании сделают основной электронную форму закупок уже в ближайшие три года.

Чрезмерное расширение функционала ЭТП неоправданно. Востребованными окажутся только те допслужбы, которые непосредственно связаны с проведением торгов. Такое мнение высказало подавляющее большинство респондентов.

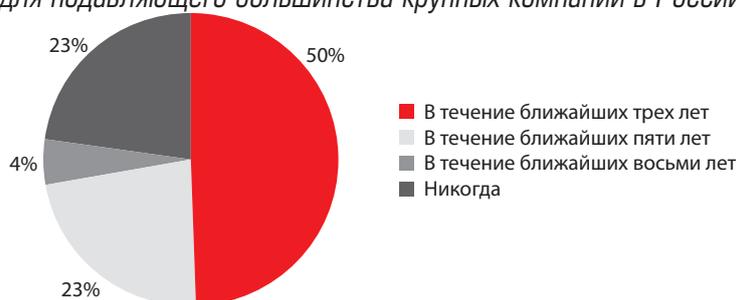
Основной причиной медленного развития дополнительных услуг ЭТП респонденты считают консервативный настрой заказчиков и поставщиков.

МЕТОДОЛОГИЯ

Опрос был проведен в интерактивном формате в рамках IV Ежегодной профессиональной конференции «Электронные торговые площадки в России: кто есть кто», состоявшейся в Москве 15 февраля 2017 года. В опросе приняли участие более 60 руководителей закупок государственных и частных компаний, вошедших в 2016 году в рейтинг крупнейших компаний России RAEX-600, руководителей крупнейших российских электронных торговых площадок, руководителей компаний-разработчиков программного обеспечения для электронных торговых площадок.

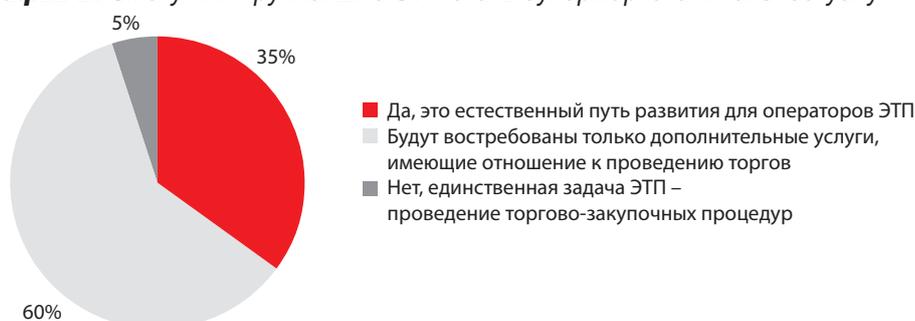
ИТОГИ ОПРОСА

График 1. Когда электронные закупки станут основным инструментом закупочной деятельности для подавляющего большинства крупных компаний в России?



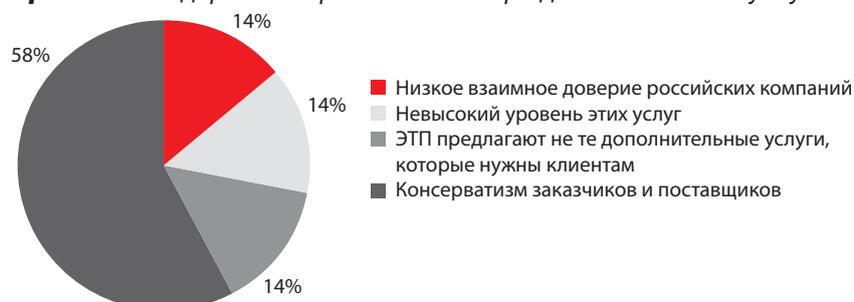
Участники рынка электронной торговли B2B оптимистично оценивают его перспективы. Ровно половина респондентов считает, что крупные компании сделают основной электронной форму закупок уже в ближайшие три года. По мнению еще 23% опрошенных, для этого потребуются пять лет. В то, что это не случится вовсе, не верит никто из респондентов.

График 2. Смогут ли крупнейшие ЭТП стать супермаркетами бизнес-услуг?



Чрезмерное расширение функционала ЭТП является бесперспективным. Востребованными окажутся только те допслужбы, которые непосредственно связаны с проведением торгов. Такое мнение высказало подавляющее большинство (62%) респондентов. Чуть больше трети считают, что генеральный путь развития электронных торговых площадок – превращение их в супермаркеты бизнес-услуг. И лишь 5% опрошенных видят задачу ЭТП только в проведении собственно торгов, а все попытки нарастить функционал площадок считают ненужными.

График 3. Что сдерживает развитие сектора дополнительных услуг ЭТП?



Основной причиной медленного развития дополнительных услуг ЭТП респонденты (57%) считают консервативный настрой заказчиков и поставщиков. А вот мнения, что причины в невысоком уровне этих услуг, неправильном их наборе или взаимном недоверии в бизнес-сообществе, придерживаются по 14% опрошенных участников рынка.