

17 февраля 2015, г. Москва

Рынок услуг ЭТП



Высокий потенциал
и неочевидные перспективы

**Обзор «Рынок услуг ЭТП: высокий потенциал и неочевидные перспективы»
подготовили:**

Дмитрий Миндич,
ведущий аналитик департамента аналитики и консалтинга

Дмитрий Кабалинский,
заместитель генерального директора

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
Методика	4
Рынок на фоне кризиса: бег на месте общеукрепляющий	6
Рейтинг качества услуг ЭТП в сегменте электронной торговли B2B	14
Предложение на электронном рынке B2B: тихая гавань	18
Реформа госрегулирования рынка: не выплеснуть с водой ребенка	22
Прогноз развития рынка межкорпоративной электронной торговли	26
Интервью с Антоном Киценко, директором департамента по работе с корпоративными клиентами Единой электронной торговой площадки (roseltorg.ru)	27
Интервью с Дмитрием Пангиным, генеральным директором АО «ОТС»	31
Интервью с Виктором Степановым, генеральным директором ООО «РТС-тендер»	34
Интервью с Андреем Бойко, коммерческим директором Центра электронных торгов B2B-Center	38

РЕЗЮМЕ

Рынок электронной торговли B2B избежал «жесткой посадки». Несмотря на заметное снижение средних показателей закупочной деятельности компаний, в 2015 году объем рынка продемонстрировал номинальный рост (около 10%). Кризис ускорил расширение клиентской базы ЭТП, а также рост проникновения их услуг в сегменте B2B. Таким образом, накоплен потенциал для быстрого посткризисного роста рынка. Однако его будущее зависит от того, по какому сценарию пройдут реформа госрегулирования закупок субъектов закона № 223-ФЗ и отбор допущенных к их проведению операторов ЭТП.

Крупнейшие корпоративные заказчики перешли к режиму экономии. Средний объем электронных закупок крупнейших заказчиков в 2014 году сократился на 19% при крайне незначительном росте количества проводимых закупочных процедур. В связи с этим на 18% снизилась и средняя стоимость одной закупки в электронной форме. Эта тенденция продолжилась и в 2015 году.

Электронный рынок B2B продолжил рост. По данным операторов ЭТП, в 2015 году объем рынка вырос примерно на 10% за счет роста объема регулируемых корпоративных закупок.

Ключевым фактором роста рынка стало увеличение клиентской базы заказчиков электронных площадок, а также увеличение доли закупок, проводимых компаниями в электронной форме. Доля крупнейших корпоративных заказчиков, внедривших закупки в электронной форме, выросла в 2015 году на 9 п. п. и достигла 77,4%. При этом большинство таких компаний проводят в электронной форме более половины своих закупок.

В сегменте закупок крупнейших компаний потенциал роста клиентской базы ЭТП близок к исчерпанию. Из числа топ-200 крупнейших компаний России электронными закупками не пользуются менее 40% корпоративных заказчиков. Подавляющее большинство этих заказчиков – частные компании нересурсоемких отраслей, которые являются наиболее «трудными» клиентами для операторов ЭТП.

Рост электронного рынка B2B носил экстенсивный характер. Подавляющее большинство заказчиков в 2014–2015 годах выводили на ЭТП закупки тех видов номенклатуры товаров, работ и услуг, по которым на электронном рынке уже проводятся значительные объемы торгов. Компании, стремящиеся создавать и развивать новые товарные сегменты на электронном рынке, оказались в явном меньшинстве.

Спад инвестиционной и деловой активности, вызванный кризисом, практически не повлиял на предложение и уровень конкуренции поставщиков на электронном рынке B2B. Оценки крупнейших корпоративных заказчиков свидетельствуют, что уровень конкуренции на торгах и достигаемый компаниями за счет электронных закупок экономический эффект практически не изменились по сравнению с 2014 годом. Более того, объективные показатели конкурентности корпоративных закупок демонстрируют положительную динамику.

Отбор операторов ЭТП для проведения торгов по 223-ФЗ может привести к реформированию всего рынка услуг электронных площадок в сегменте закупок корпоративных заказчиков. Рынок услуг ЭТП в данном сегменте концентрирован, а закупки по 223-ФЗ составляют львиную долю оборота торгов, проводимых на большинстве крупных независимых ЭТП. Таким образом, проведение отбора может привести к уходу с рынка ряда заметных игроков.

МЕТОДИКА

Исследование основывается на данных опроса и анкетирования компаний, вошедших в 2015 году в рейтинг шестисот крупнейших по размеру выручки компаний России RAEX-600¹, данных о результатах закупок компаний на крупнейших ЭТП, предоставленных системой «Спарк-Маркетинг», анкетирования крупнейших операторов ЭТП, предоставляющих услуги по проведению корпоративных закупок в электронной форме, а также углубленных интервью с руководителями операторов ЭТП. В исследовании приняли участие 196 компаний, из которых анкеты заполнили 75 компаний. Еще 121 компания либо отказалась от предоставления подробных анкетных данных, либо заявила о том, что не пользуется закупками в электронной форме.

Совокупная выручка заполнивших анкеты респондентов в 2014 году составила 8 448 млрд рублей, а совокупная стоимость договоров, заключенных ими по результатам закупок в электронной форме, — 1 098,8 млрд рублей.

Для расчета показателей уровня конкуренции участников в закупках отдельных групп номенклатуры товаров, работ и услуг на независимых ЭТП использовались данные регулируемых закупок корпоративных заказчиков за январь – сентябрь 2014 и 2015 годов, предоставленные системой «Спарк-Маркетинг». Расчет показателей проводился в соответствии со следующими принципами:

В многолотовых процедурах рассчитывалось среднее количество участников на один лот.

При расчете показателей по отдельным группам номенклатуры товаров, работ, услуг учитывались усредненные показатели по каждой процедуре, в которой был указан соответствующий код по классификатору ОКДП. Таким образом, для каждой процедуры рассчитывалось среднее количество участников на один лот, даже если в других лотах соответствующая номенклатура не закупалась.

Процедуры, в которых система «Спарк-Маркетинг» не указывала участников, учитывались как несостоявшиеся/отмененные.

Для снижения искажений в расчете средней доли состоявшихся и конкурентных закупок из подсчета исключались данные о закупках тех или иных товарных групп, в случае если на данной ЭТП было опубликовано менее 5 процедур закупки таких групп номенклатуры за год.

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

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

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).

¹ В 2015 году в итоговый рейтинг RAEX-600 вошли компании, выручка которых в 2014 году превысила 14,8 млрд рублей.

Углубленные интервью были проведены со следующими спикерами:

Бойко Андреем Александровичем, коммерческим директором Центра электронных торгов B2B-Center;

Габестро Сергеем Владиленовичем, генеральным директором Торгового портала «Фабрикант»;

Киценко Антоном Сергеевичем, директором департамента по работе с корпоративными клиентами Единой электронной торговой площадки (roseltorg.ru);

Пангиным Дмитрием Викторовичем, генеральным директором АО «ОТС»;

Степановым Виктором Викторовичем, генеральным директором ООО «РТС-тендер».

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

Также выражаем особую признательность информационной системе «Спарк-Маркетинг» за помощь в подготовке этого исследования.

РЫНОК НА ФОНЕ КРИЗИСА: БЕГ НА МЕСТЕ ОБЩЕУКРЕПЛЯЮЩИЙ

Рынок межкорпоративных электронных закупок в 2014–2015 годах можно было сравнить с пассажиром метро, который бежал вверх по эскалатору, двигаясь вниз. В прошлогоднем исследовании мы отмечали, что рынок электронной торговли B2B находится под влиянием разнонаправленных тенденций. Вниз его толкает снижение деловой и инвестиционной активности заказчиков, которые под влиянием экономического спада вынуждены сокращать закупочные бюджеты. Движение вверх определяется притоком новых корпоративных заказчиков, вынужденных в условиях кризиса искать новые инструменты для снижения издержек, и расширением использования электронных закупок компаниями, которые пришли на этот рынок раньше. В 2015 году эти тенденции не только сохранились, но и стали более явными.

Данные в разрезе отдельных компаний, как по выборке респондентов в целом, так и по группе респондентов, наблюдаемых два и более года подряд, демонстрируют, что крупнейшие корпоративные заказчики уже в 2014 году перешли к режиму экономии и сократили объемы проводимых ими электронных закупок.

Поскольку число участников рейтинга крупнейших компаний России RAEX-600, в ходе подготовки которого проводилось анкетирование корпоративных заказчиков, в 2015 году было расширено с 400 до 600, выборка компаний, заполнивших анкеты, существенно изменилась за счет ранее не охваченных анкетированием респондентов с относительно небольшим объемом выручки. В целом вследствие реформирования RAEX-600 состав участников выборки изменился на 37%. В связи с этим прямое сопоставление средних показателей закупочной деятельности респондентов в 2014 и 2013 годах не информативно. Для получения сопоставимых данных респонденты были разбиты по отраслевым группам, а объемы проведенных ими электронных закупок были приведены к среднему объему выручки респондентов, вошедших в каждую группу. Таким образом, сопоставлялась доля объема электронных закупок компаний в их выручке.

Приведенный к среднему объему выручки показатель объема проведенных закупок в электронной форме в 2014 году по сравнению с предыдущим годом сократился почти на четверть (-23%). Таким образом, объемы проведенных респондентами электронных закупок в 2014 году росли медленнее (или снижались быстрее) объемов их выручки.

Сопоставимые данные компаний, наблюдаемых два и более года подряд (27 компаний, совокупная выручка в 2014 году – 5,5 трлн рублей, совокупная стоимость договоров, заключенных по результатам электронных закупок за тот же период, – 855,2 млрд рублей), подтверждают этот вывод. Средний объем электронных закупок, проведенных этой группой респондентов, снизился в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 19% (график 1).

В то же время рассматриваемые компании за год в среднем увеличили количество проведенных электронных процедур закупки на 1,7%. Таким образом, разнонаправленная динамика изменения количества процедур и их стоимости обусловила значительное снижение средней стоимости одного договора, заключенного по результатам электронных закупок, на 20%. Тенденция к сокращению средней стоимости одной закупки была отмечена нами еще в 2013 году. Однако если по данным анкетирования 2014 года снижение средней стоимости одной закупки было вызвано опережающим ростом количества проводимых процедур по сравнению с ростом их совокупного объема, то, согласно результатам анкетирования 2015 года, падение стоимости «среднего чека» было связано с сокращением среднего совокупного объема проводимых электронных закупок при крайне незначительном увеличении их среднего количества (график 2).

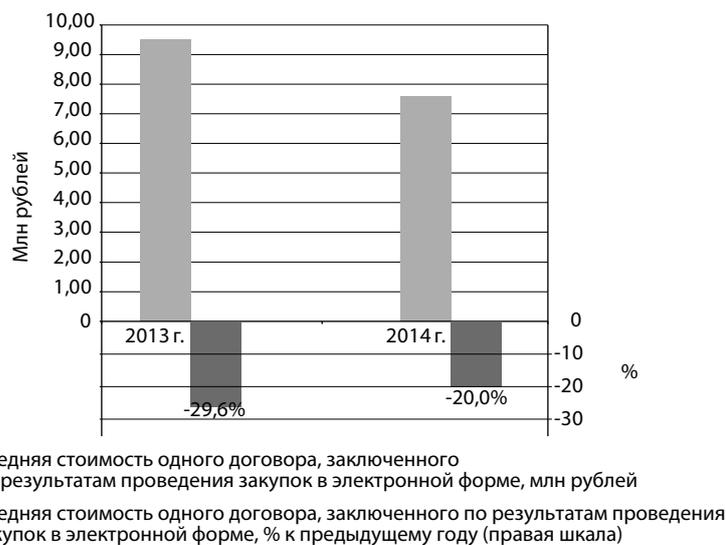
График 1. Средний объем электронных закупок сократился, их количество практически не выросло*



* Данные компаний, участвующих в анкетировании два и более года подряд.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

График 2. Средняя стоимость одного договора по результатам электронных закупок снижается второй год подряд*



* Данные компаний, участвующих в анкетировании два и более года подряд.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Столь значительное сокращение стоимости «среднего чека» может иметь два объяснения: либо компании радикально изменили номенклатуру закупаемых товаров, работ и услуг (вместо «дорогой» номенклатуры стали закупать «дешевую»), либо заказчики начали экономить на закупках традиционной для них номенклатуры (закупают те же товарные позиции, но дешевле или в меньшем объеме).

Более вероятным представляется второй вариант. В разрезе показателей отдельных компаний, наблюдаемых два и более года подряд, заметна следующая закономерность: компании, наращивающие объем электронных закупок, чаще всего пропорционально увеличивают стоимость одной закупки, и наоборот, стоимость «среднего чека» у компаний, сокративших объемы закупок в электронной форме, снизилась. Показатели изменения объема закупок и стоимости одной закупки (год к году)

демонстрируют сильную взаимосвязь (коэффициент корреляции 0,84). При этом связь между изменением объема электронных закупок и их количества практически отсутствует (коэффициент корреляции 0,33). Это наблюдение лишний раз подтверждает предположение, что рост или сокращение объемов закупок компаний происходило не за счет сокращения или увеличения количества закупочных процедур (и опосредованно – покупаемых номенклатурных позиций), а за счет сокращения или увеличения объема закупки. Проще говоря, наблюдаемые нами компании на фоне изменения ситуации в экономике в целом продолжили закупать на электронном рынке примерно один и тот же перечень номенклатуры; изменения затронули только стоимость каждой отдельной закупки.

Можно отметить относительно сильную взаимосвязь между динамикой чистой прибыли компании и объемом проводимых ею электронных закупок (коэффициент корреляции 0,62).

Это свидетельствует о том, что рост или сокращение объемов активности компаний на электронном B2B-рынке в наибольшей степени зависит от их финансового здоровья. При этом связь между изменением год к году объема электронных закупок компании и их выручки (условно «масштаба бизнеса») практически отсутствует (коэффициент корреляции 0,38).

Данные за 2015 год, по всей вероятности, подтвердят тенденцию к сокращению как среднего объема закупок в электронной форме, так и средней стоимости одной закупки. По данным большинства опрошенных операторов ЭТП, снижение стоимости «среднего чека» было характерно в 2015 году как для показателей отдельных заказчиков, так и для рынка электронных корпоративных закупок в целом.

«Тенденция последнего года – сильно сократилось количество крупных закупок, зато пропорционально выросло количество относительно небольших процедур. В результате оборот торгов на нашей площадке растет», – отмечает **Андрей Бойко**, коммерческий директор Центра электронных торгов B2B-Center.

Несмотря на снижение средних показателей закупочной деятельности компаний, рынок межкорпоративной электронной торговли в 2015 году продемонстрировал номинальный рост. Согласно данным анкетирования крупнейших операторов ЭТП, занимающихся проведением торгов в сегменте B2B, в 2015 году рост объема рынка электронной межкорпоративной торговли (в рублях) превысил 10%. Этот результат можно признать весьма умеренным: если учесть показатели инфляции за тот же период, рынок стагнировал. Скромный рост был достигнут исключительно за счет сегмента регулируемых закупок компаний по 223-ФЗ и 44-ФЗ. Номинальный объем сегмента нерегулируемых (коммерческих) электронных корпоративных закупок, по оценке операторов, сократился на 0,9%.

Стоит отметить, что результаты опроса крупнейших операторов ЭТП оказались красноречивыми сами по себе: полученные оценки объема рынка нерегулируемых корпоративных закупок различаются даже не в разы, а на порядок (разброс оценок от 0,4 до 11 трлн рублей в 2015 году). Это свидетельствует о том, что нерегулируемый сегмент рынка электронной межкорпоративной торговли остается terra incognita даже для его крупнейших игроков. Однако, несмотря на это обстоятельство, оценки динамики рынка операторами оказались схожими.

Номинальный рост рынка на фоне падения средних объемов электронных закупок компаний и средней стоимости одной закупки, как представляется, был обусловлен тремя основными факторами.

Во-первых, влияние сокращения инвестиционных программ компаний на объем проводимых ими закупок в электронной форме оказалось слабее, чем это прогнозировалось нами в исследовании прошлого года. Полученные данные демонстрируют относительно слабую взаимосвязь между изменением объема проводимых компаниями электронных закупок и изменением объема их инвестиционных расходов (коэффициент корреляции 0,3). Пока сложно говорить, в какой мере этот вывод можно экстраполировать на всех участвующих в электронной торговле корпоративных заказчиков. Тем не менее, по всей видимости, инвестиционные закупки пока не делают погоды на электронном рынке B2B, по крайней мере, в рассматриваемом нами сегменте закупок крупнейших компаний.

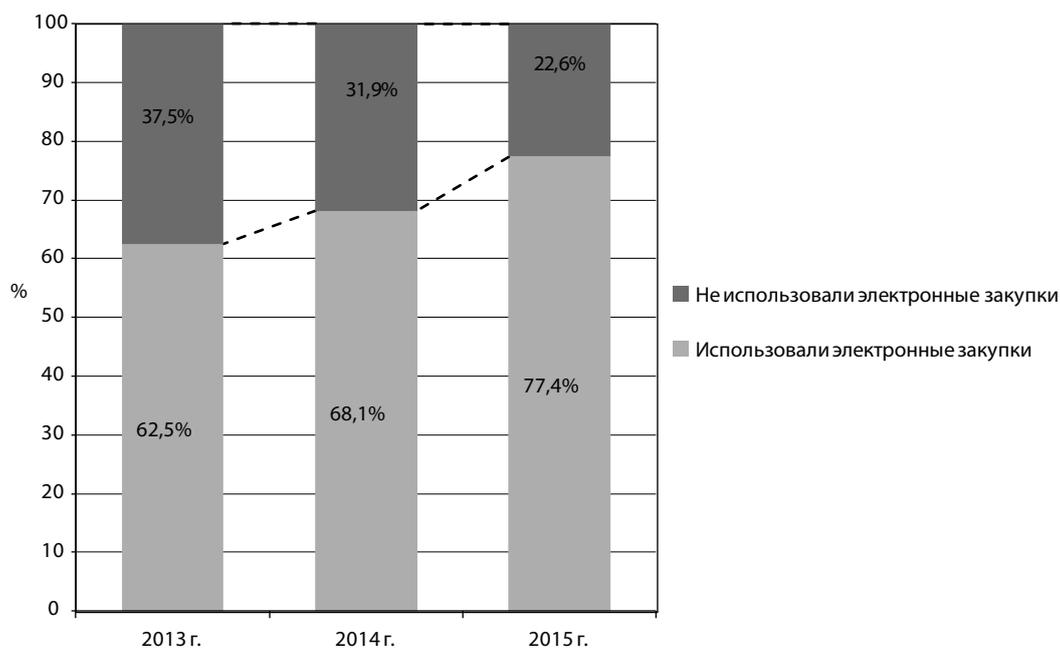
И это обстоятельство положительно сказалось на состоянии рынка в условиях отмеченного нами в ходе подготовки рейтинга RAEX-600 значительного спада инвестиционной активности компаний.

Во-вторых, по мнению опрошенных операторов ЭТП, поддержку рынку оказало импортозамещение, к которому заказчики были вынуждены прибегнуть вследствие резкого падения курса рубля в конце 2014 – начале 2015 года.

Наконец, наиболее важным фактором, обусловившим подъем рынка, стал значительный рост проникновения услуг ЭТП в сегменте корпоративных закупок, а также расширение клиентской базы площадок за счет привлечения новых корпоративных заказчиков.

Опрошенные операторы ЭТП отмечают, что в значительной мере расширение клиентской базы заказчиков было связано с вовлечением в электронную торговлю средних по размеру компаний. В сегменте закупок крупнейших корпоративных заказчиков в 2015 году также наблюдался рост удельного веса участников рынка электронной торговли: доля заказчиков, внедривших электронные закупки, по данным опроса и анкетирования, увеличилась по сравнению с 2014 годом на 9 п. п. и достигла 77,4% (график 3). В целом рост доли крупнейших заказчиков, внедривших закупки в электронной форме, ускорился по сравнению с 2014 годом (тогда рост составил 6 п. п.).

График 3. Прирост доли крупнейших заказчиков, внедривших электронные закупки, ускорился



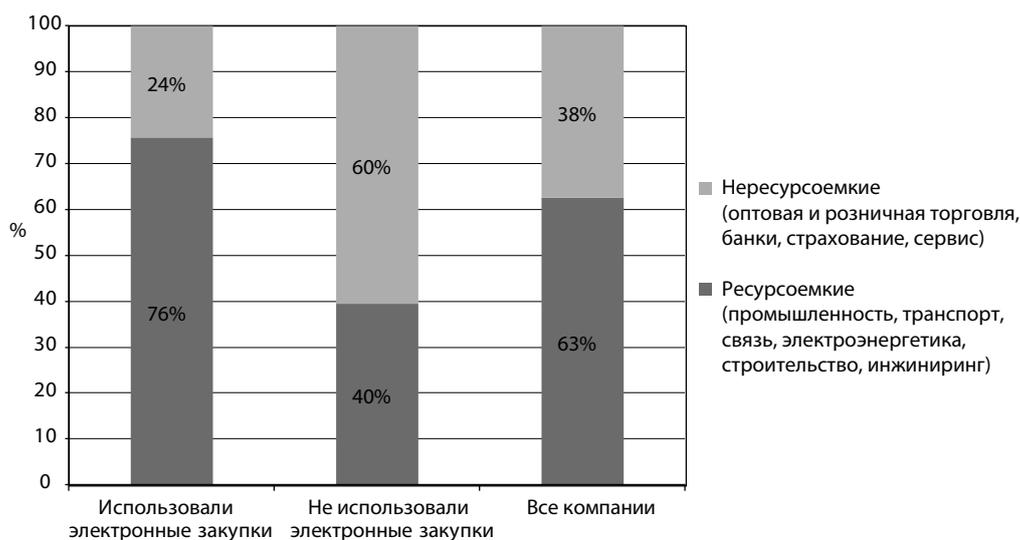
Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Темпы роста доли крупнейших заказчиков, внедривших электронные закупки, в 2015 году можно признать высокими, поскольку в данном сегменте рынок приблизился к насыщению. Проведенный впервые сплошной анализ активности на электронном рынке B2B-компаний из топ-200 рейтинга крупнейшего бизнеса RAEX-600 демонстрирует, что закупки в электронной форме по состоянию на начало декабря 2015 года были внедрены 63% «крупнейших из крупных» компаний России.

«Сливки» в этом сегменте уже сняты. 78% крупнейших компаний ресурсоемких отраслей, обеспечивающих львиную долю оборота рынка электронной торговли B2B (добывающая и обрабатывающая промышленность, транспорт, связь, электроэнергетика, строительство, инжиниринг и инфраструктурное строительство), уже вовлечены в электронную торговлю в качестве заказчиков (графики 4, 5).

«Основная конкурентная борьба между операторами сейчас разворачивается не за тех клиентов, которые еще не внедрили электронные закупки, а за заказчиков, которые уже работают на других площадках. Если говорить об отдельных отраслевых сегментах, то «незанятыми» остаются компании из отраслей, в которых практика использования электронных торгов в принципе не очень распространена», – комментирует **Антон Киценко**, директор департамента по работе с корпоративными клиентами Единой электронной торговой площадки (roseltorg.ru).

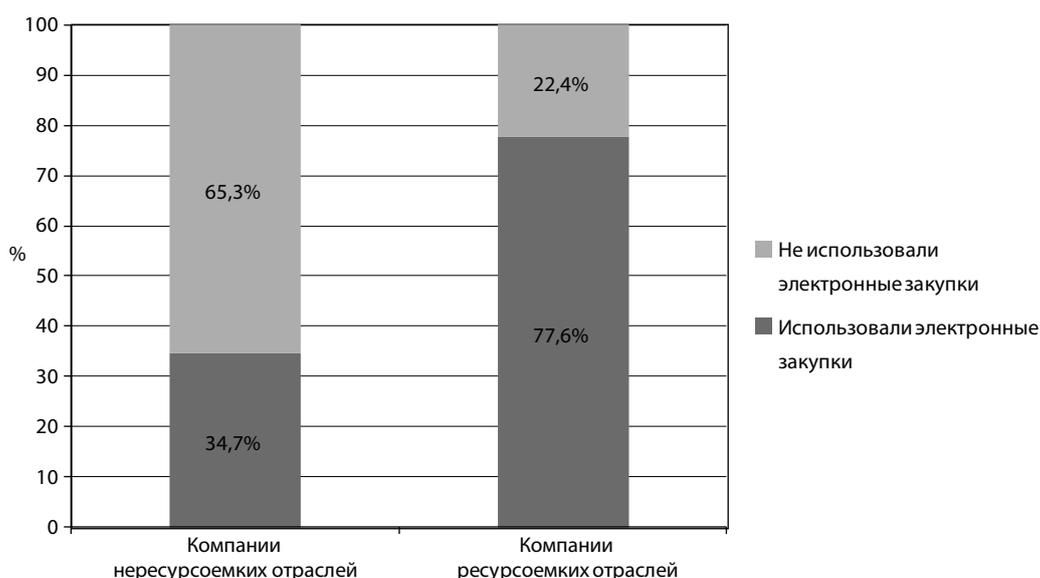
График 4. Большинство использующих электронные закупки компаний относится к ресурсоемким отраслям*



* Компании из топ-200 рейтинга RAEX-600.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным «Спарк-Маркетинг», анкетирования компаний и рейтинга RAEX-600 за 2015 год

График 5. Три четверти крупнейших компаний из ресурсоемких отраслей уже внедрили электронные закупки*

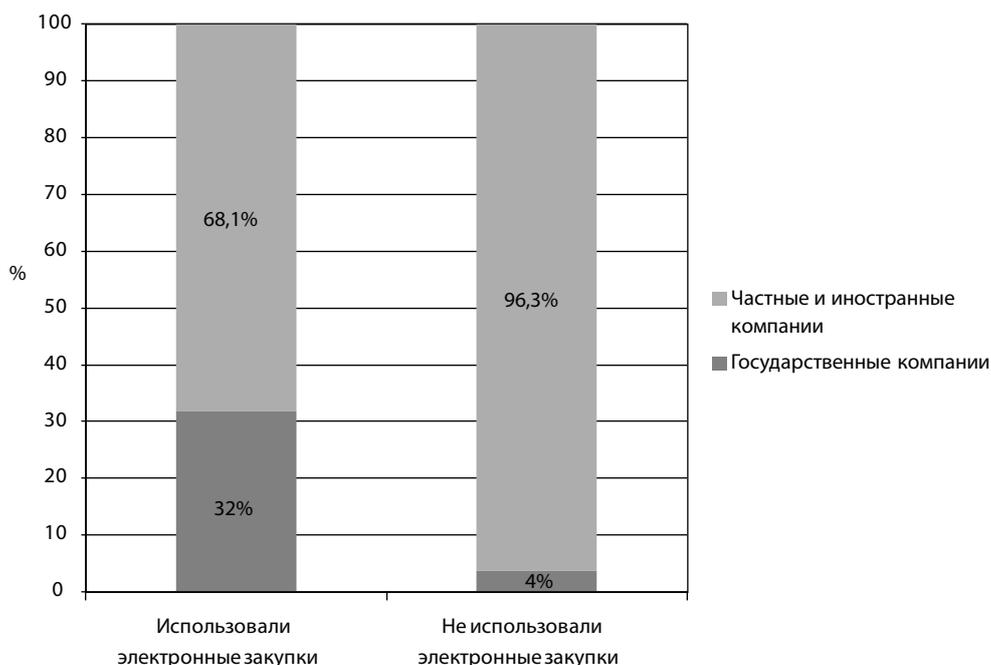


* Компании из топ-200 рейтинга RAEX-600.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным «Спарк-Маркетинг», анкетирования компаний и рейтинга RAEX-600 за 2015 год

Важно также, что большинство не вовлеченных в электронную торговлю крупнейших компаний принадлежат частному российскому или зарубежному капиталу (график 6). В то же время, по оценкам операторов ЭТП, их собственные затраты на привлечение, интеграцию и дальнейшую техническую поддержку крупных частных заказчиков в несколько раз выше, чем затраты на обслуживание сопоставимых по размеру компаний, проводящих закупки в соответствии с 223-ФЗ.

График 6. Большинство компаний, не использующих электронные закупки, принадлежат частному российскому и иностранному капиталу*



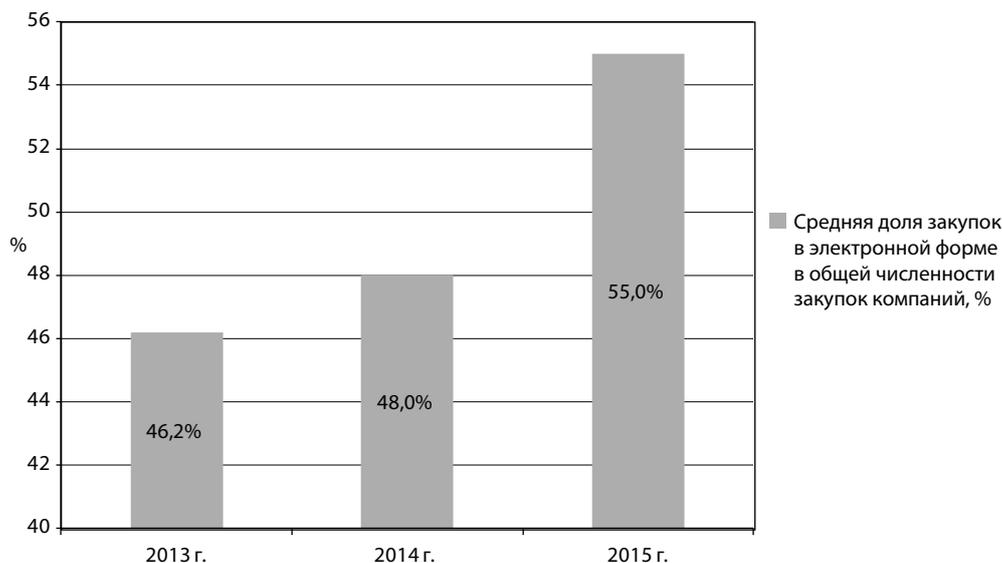
* Компании из топ-200 рейтинга RAEX-600.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным «Спарк-Маркетинг», анкетирования компаний и рейтинга RAEX-600 за 2015 год

Проникновение услуг ЭТП в сегменте закупок крупнейших корпоративных заказчиков продолжило расти, причем более быстрыми темпами, чем год назад. Доля закупок в электронной форме в общем объеме закупок респондентов, внедривших этот инструмент, в 2015 году выросла в среднем на 14,6% к показателю 2014 года и впервые за все время наблюдений превысила 50%. Для сравнения: в относительно благополучном 2014 году доля электронных закупок респондентов увеличилась по отношению к предыдущему году в среднем менее чем на 4% (график 7).

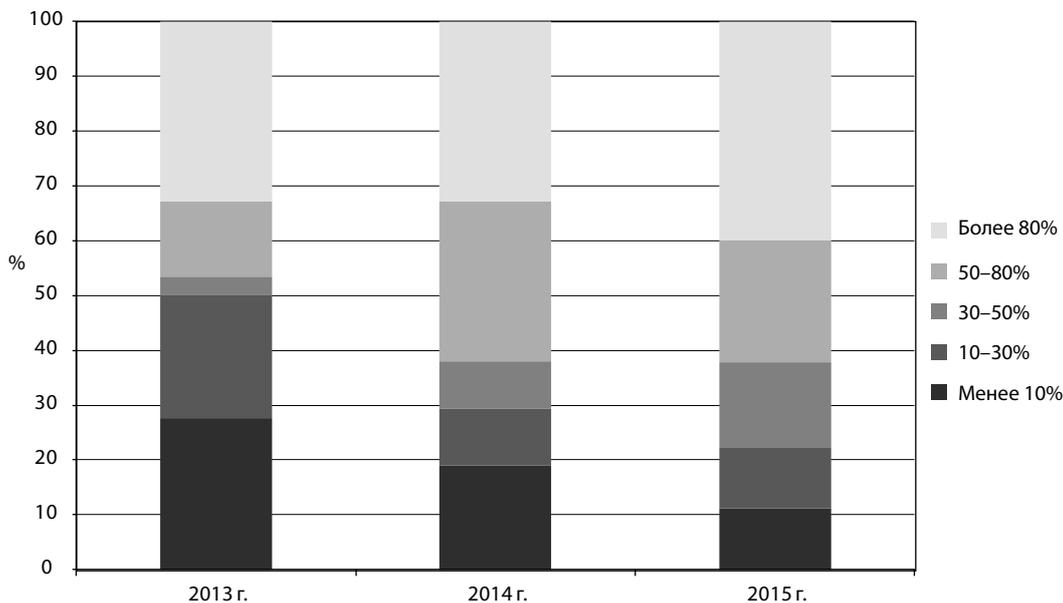
Заказчики, проводившие в 2015 году более половины закупок в электронной форме, составляют подавляющее большинство респондентов – 62% (график 8). Этот показатель полностью совпадает с результатами анкетирования 2014 года. Вместе с тем нельзя не отметить рост удельного веса наиболее сильно вовлеченных в электронную торговлю заказчиков, проводивших более 80% своих закупок в электронной форме: их доля за год выросла с 33 до 40%. Еще одна выраженная тенденция, наблюдаемая уже третий год подряд, – сокращение доли «консервативных» заказчиков, проводивших на ЭТП менее 30% закупок. В целом наблюдается продолжение сложившегося в предыдущие годы тренда – рост удельного веса наиболее активных заказчиков за счет сокращения доли наименее активных заказчиков.

График 7. Внедрившие электронные закупки крупнейшие заказчики проводят на ЭТП более половины своих закупок



Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

График 8. Удельный вес наиболее активных заказчиков продолжил расти за счет сокращения доли наименее активных заказчиков



Распределение заказчиков по доле проведенных ими электронных закупок в общей численности закупок

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таким образом, ухудшение ситуации в экономике предсказуемо привело к расширению использования закупок в электронной форме корпоративными заказчиками, которые пользовались этим инструментом ранее.

Данные анкетирования компаний позволяют увидеть, за счет каких секторов шло развитие рынка в 2014–2015 годах (график 9). В целом крупнейшие корпоративные заказчики были привер-

жены консервативной стратегии расширения использования электронных закупок и предпочитали выводить на электронные площадки закупки массовой и стандартной номенклатуры товаров, работ и услуг, для которых на электронном рынке B2B уже давно сформировались развитые сегменты со значительными оборотами и сложившимися пулами поставщиков и заказчиков.

График 9. Рынок B2B в 2014–2015 годах развивался за счет массовых товарных сегментов



Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Чаще всего крупнейшими заказчиками в 2014–2015 годах на ЭТП выводились закупки массового технологического оборудования и запчастей к нему, разнообразных офисных товаров и услуг, металлопроката, простых СМР, транспортных услуг, софта, средств индивидуальной защиты и спецодежды. Доля закупок сложных сервисов (техобслуживание больших и сложных технологических комплексов) и сложноструктурированных услуг (лизинговых сделок), а также редкого оборудования, для которого не может быть массовых рынков поставщиков, незначительна (около 17%).

Таким образом, развитие рынка в 2014–2015 годах было экстенсивным и не сопровождалось его усложнением и массовым появлением новых ниш. Подавляющее большинство корпоративных заказчиков, принимая решение о расширении использования электронных закупок, выходили в те товарные сегменты рынка, в которых применение этого инструмента могло бы дать быстрый и гарантированный результат. Заказчики, готовые создавать и осваивать принципиально новые ниши на рынке электронной торговли, оказались в явном меньшинстве.

Результаты опроса подтверждают, что одним из ключевых факторов конкурентоспособности ЭТП является лидерство в тех или иных товарных сегментах рынка B2B. Клиентская база заказчиков и активных поставщиков увеличивается по принципу «снежного кома»: крупные заказчики охотнее приходят на те площадки, где уже проводятся наибольшие объемы торгов и демонстрируются наиболее высокие показатели конкуренции по интересующим их номенклатурным позициям.

В целом развитие рынка опережает негативные тенденции, вызванные спадом инвестиционной и деловой активности компаний. Более того, ведущие операторы ЭТП успешно используют изменившуюся экономическую ситуацию для наращивания своей клиентской базы, что может дать серьезный толчок развитию рынка, как только российская экономика перейдет к росту.

РЕЙТИНГ КАЧЕСТВА УСЛУГ ЭТП В СЕГМЕНТЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ B2B

Крупные операторы ЭТП оказались полностью готовы к простимулированному кризисом росту спроса на свои услуги со стороны корпоративных заказчиков. По оценкам заполнивших анкеты компаний, качество сервиса крупнейших независимых площадок остается на стабильно высоком уровне по всем ключевым критериям (таблицы 1–9).

Таблица 1. Лучшие ЭТП по уровню удовлетворенности корпоративных заказчиков качеством их услуг

Позиция в рейтинге (позиция в 2015 году)	ЭТП	Средневзвешенная оценка респондентов, имевших опыт сотрудничества с данной ЭТП заказчика с данной ЭТП (1 балл – минимальная оценка, 10 баллов – максимальная оценка)*	Доля в общей численности оценок, %**	Итоговый балл (средневзвешенная оценка с учетом доли в общей численности оценок)
1 (2)	Группа площадок B2B-Center	9,2	21,3	2,0
2 (1)	Торговый портал «Фабрикант»	8,5	17,8	1,5
3 (4)	Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	7,7	13,6	1,0
4 (3)	Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	8,6	11,8	1,0
5 (6)	Группа площадок OTC.ru	8,7	11,2	1,0
6 (9)	ТЗС Электра	8,8	9,4	0,8
7 (-)	ЭТП ONLINECONTRACT	9	3,5	0,3
8 (7)	ООО «ТендерПро»	6,5	2,9	0,2
9 (8)	Аукционный конкурсный дом	5,6	2,9	0,2
10 (7)	Система электронных торгов (www.zakazrf.ru)	6,8	2,3	0,2
11 (-)	Биржа «Санкт-Петербург»	8,8	1,7	0,1
12 (-)	SETonline	7	1,1	0,1
13 (11)	ЭТП ГПБ	6	1,0	0,1

* В том числе в рамках проведения тестовых закупок.

** Респонденты могли поставить оценку любому количеству ЭТП, с которыми имели опыт сотрудничества.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Несмотря на то, что топ ранкинга остается практически неизменным уже третий год подряд, в этом году он расширился за счет ряда новых участников. В числе «новичков», упомянутых крупнейшими корпоративными заказчиками в 2015 году в ходе анкетирования, оказались следующие ЭТП: «РТС-тендер», ONLINECONTRACT, Биржа «Санкт-Петербург» и SETonline.

ЭТП «РТС-тендер» не вошла в рейтинг, поскольку открыла секцию коммерческих торгов только в декабре 2015 года. «РТС-тендер» является одним из крупнейших операторов по проведению электронных закупок государственных и муниципальных заказчиков и сейчас проявляет значительную активность в привлечении корпоративных клиентов. В будущем, опираясь на наработанный опыт и развитую ИТ-инфраструктуру, этот оператор может стать одним из заметных игроков в сегменте межкорпоративной электронной торговли.

Таблица 2. Уровень конкуренции в торговых процедурах компании

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	8,7
АО «ОТС»	8,2
Группа площадок B2B-Center	7,7
ЭТП ONLINECONTRACT	7,7
Торговый портал «Фабрикант»	7,6
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	7,6
SETonline	7,0
Аукционный конкурсный дом	5,7

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таблица 3. Гибкость и широта торгово-закупочного функционала

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
Группа площадок B2B-Center	8,8
Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	8,7
Торговый портал «Фабрикант»	8,7
АО «ОТС»	8,7
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	8,6
ЭТП ONLINECONTRACT	8,5
SETonline	7,9
Аукционный конкурсный дом	6,3

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таблица 4. Добросовестное исполнение поставщиками обязательств по договорам, заключенным посредством ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
Группа площадок B2B-Center	8,9
Торговый портал «Фабрикант»	8,7
АО «ОТС»	8,3
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	8,1
SETonline	8,0
ЭТП ONLINECONTRACT	7,9
Аукционный конкурсный дом	7,0

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таблица 5. Удобство и полнота возможностей контрольных и аналитических инструментов

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
АО «ОТС»	8,6
Торговый портал «Фабрикант»	8,6
ЭТП ONLINECONTRACT	8,4
Группа площадок B2B-Center	8,2
Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	7,3
Аукционный конкурсный дом	7,3
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	6,0
SETonline	5,2

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таблица 6. Широта и качество дополнительных сервисов, предоставляемых ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
Торговый портал «Фабрикант»	8,6
АО «ОТС»	8,3
Группа площадок B2B-Center	8,3
Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	8,3
ЭТП ONLINECONTRACT	8,2
SETonline	7,4
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	7,1
Аукционный конкурсный дом	6,0

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таблица 7. Техническая стабильность и скорость работы ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	9,9
АО «ОТС»	9,9
ЭТП ONLINECONTRACT	9,8
Группа площадок B2B-Center	9,7
Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	9,4
Торговый портал «Фабрикант»	9,2
SETonline	8,2
Аукционный конкурсный дом	7,1

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таблица 8. Удобство навигации по сайту ЭТП

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
Группа площадок B2B-Center	9,1
Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	9,0
АО «ОТС»	9,0
Торговый портал «Фабрикант»	8,9
ЭТП ONLINECONTRACT	8,9
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	7,7
Аукционный конкурсный дом	7,3
SETonline	7,2

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Таблица 9. Профессиональная клиентская и техническая поддержка

ЭТП, клиенты которых поставили оценку	Средняя взвешенная оценка*
Группа площадок ОТС.ru	10,0
Группа площадок B2B-Center	9,8
Группа площадок Фабрикант.ru	9,6
Единая электронная торговая площадка (Росэлторг)	9,5
Автоматизированная система торгов «Сбербанк-АСТ»	9,5
ЭТП ONLINECONTRACT	9,3
SETonline	9,1
Аукционный конкурсный дом	8,2

* 1 – низшая оценка, 10 – высшая оценка.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА ЭЛЕКТРОННОМ РЫНКЕ B2B: ТИХАЯ ГАВАНЬ

В прошлогоднем исследовании мы прогнозировали, что под влиянием кризиса возможен уход с рынка отдельных компаний-поставщиков, участвующих в электронных закупках, однако эта тенденция будет уравниваться приходом на рынок электронных торгов новых поставщиков, еще не вовлеченных в электронную торговлю и стремящихся в условиях кризиса освоить новые каналы продаж. По итогам 2015 года можно констатировать: спад в экономике пока никак не повлиял на предложение и уровень конкуренции на электронном межкорпоративном рынке. Более того, по ряду параметров конкурентная среда на электронном рынке B2B продолжила развиваться.

Результаты анкетирования показывают, что уровень удовлетворенности крупнейших корпоративных заказчиков уровнем конкуренции на проводимых ими торгах вырос по сравнению с результатами 2014 года (график 10), хотя следует отметить, что, согласно оценкам наших респондентов, по данному критерию рынком услуг ЭТП был достигнут не столь впечатляющий прогресс, как по большинству других.

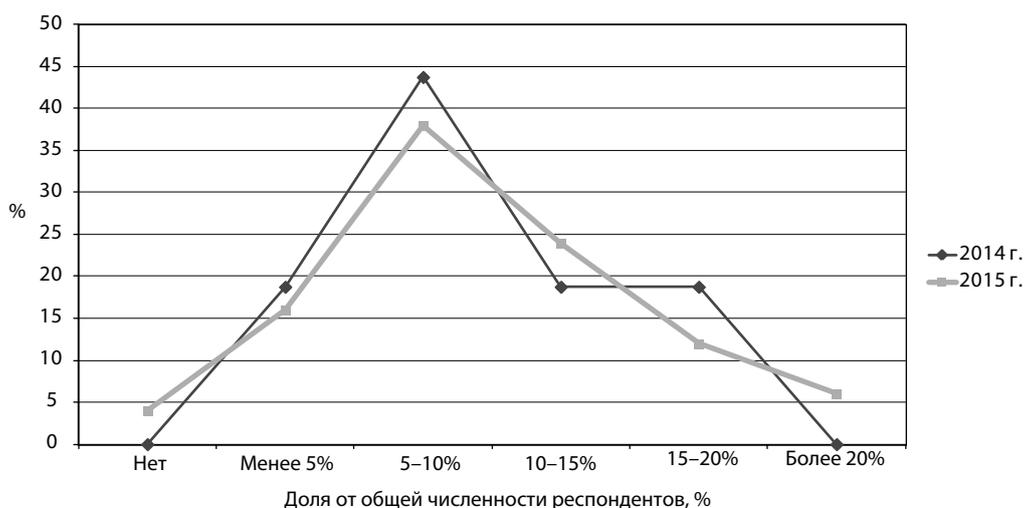
График 10. Удовлетворенность заказчиков качеством услуг ЭТП выросла



Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Средние оценки эффективности применения электронных закупок заказчиками также практически не изменились по сравнению с результатами анкетирования 2014 года, причем это справедливо как для выборки в целом, так и для сопоставимых данных компаний, наблюдаемых два и более года подряд (график 11).

График 11. Оценки заказчиками эффективности электронных закупок не изменились



Заявленная респондентами эффективность применения электронных закупок по сравнению с традиционными «бумажными» закупочными процедурами

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

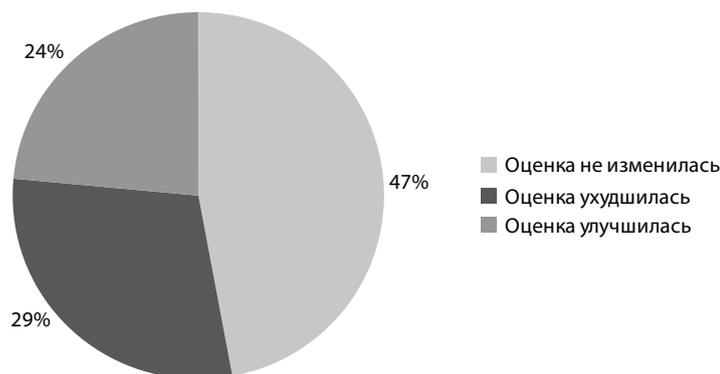
Стоит отметить, что применяемый в данном исследовании показатель эффективности электронных закупок не следует смешивать с показателем непосредственной «экономии» за счет проведения электронных закупочных процедур. Ответы респондентов показывают, в какой мере применение электронных закупочных процедур позволяет снизить затраты компании на ведение закупочной деятельности и материально-техническое обеспечение по сравнению с проведением закупок в традиционном «бумажном» виде.

Большинство респондентов по-прежнему дают умеренную оценку эффективности применения закупок в электронной форме (38% опрошенных заказчиков оценивают эффективность электронных закупок в диапазоне 5–10%). В то же время ощутимо выросла доля сверхуспешных заказчиков, оценивающих эффективность применения электронных закупок в диапазоне 15–20 и более 20%. И напротив, ряд респондентов заявили, что не видят дополнительного эффекта от применения электронных закупок по сравнению с традиционными «бумажными» закупочными процедурами.

Среди компаний, наблюдаемых несколько лет подряд, относительно велика доля тех, кто снизил оценку эффективности электронных закупок (29%). Зато среди компаний, зафиксировавших рост эффективности, много тех, кто отметил значительное (на 10 п. п. и выше) повышение эффективности электронных закупок (график 12).

Оценки опрошенных компаний в целом соответствуют объективным данным, позволяющим судить об уровне конкуренции на электронном рынке B2B. Как показал анализ результатов торгов, проведенных на 10 крупных независимых ЭТП субъектами закона № 223-ФЗ, основные показатели конкурентности закупок (доля закупок, на которые была подана хотя бы одна заявка участника, доля закупок более чем с одним участником, среднее количество участников) как минимум не ухудшились. Анализировались результаты закупок 10 массовых групп номенклатуры товаров, работ, услуг, состоявшихся в январе – сентябре 2015 года, по сравнению с показателями за аналогичный период 2014 года (график 13). Чем ближе к правому верхнему углу графика располагается маркер той или иной товарной группы и чем он больше по площади, тем более высокий уровень конкуренции был продемонстрирован при проведении закупок соответствующей номенклатуры на основных независимых ЭТП. Для большинства рассмотренных товарных групп очевидна положительная динамика по данным показателям.

График 12. Оценка эффективности электронных закупок у половины крупнейших заказчиков не изменилась по сравнению с 2014 годом*

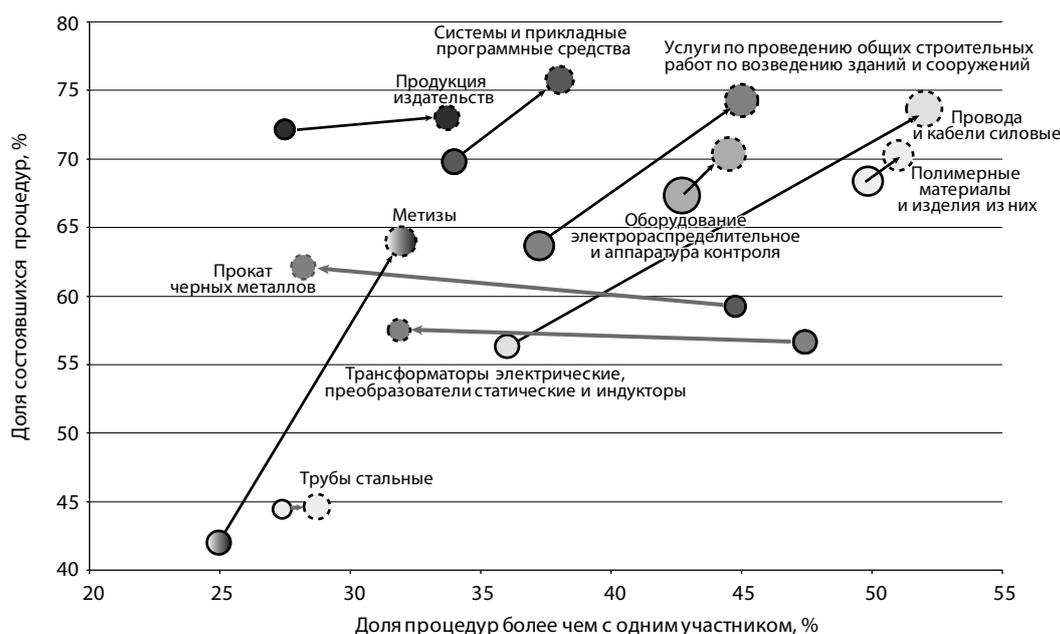


Доля в общей численности респондентов, %

* Данные компаний, наблюдаемых два и более года подряд.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

График 13. Показатели конкурентности электронных торгов массовыми группами номенклатуры в 2015 году улучшились*



Площадь круга соответствует среднему количеству участников в одной закупке. Маркеры со сплошной границей – данные за 9 месяцев 2014 года, маркеры с прерывистой границей – данные за 9 месяцев 2015 года.

* Закупки компаний по 223-ФЗ, январь – сентябрь 2014 и 2015 годов. Данные о торгах, проведенных на ЭТП: B2B-Center, ETPRF.ru, Аукционный конкурсный дом, ГП «Фабрикант», Единая электронная торговая площадка, Сбербанк АСТ, ТЗС «Электра», OTC.ru, SETonline, Tender.Pro.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным «Спарк Маркетинг»

По данным большинства опрошенных операторов ЭТП, текучесть участников закупок в 2015 году на основных независимых площадках в целом была сопоставима с уровнями предыдущего года. Таким образом, кризис пока не привел к сколько-нибудь массовому оттоку поставщиков с рынка. «На электронном рынке B2B наблюдается прирост и заказчиков, и поставщиков. Для поставщиков это огромный, во многом неосвоенный рынок сбыта, где можно легко найти своих клиентов и выйти на новый уровень ведения бизнеса. Кроме того, сегодня им доступны различные вспомогательные

сервисы. Также не стоит забывать о законодательно закрепленных преференциях, обязывающих заказчиков по 223-ФЗ закупать 18% от совокупного объема своих закупок у предприятий малого и среднего бизнеса», – считает генеральный директор ООО «РТС-тендер» **Виктор Степанов**.

«В начале 2015 года поставщики стали меньше участвовать в закупках, опасаясь, что не смогут исполнить договор по расторгнутой цене. Постепенно ситуация нормализовалась, интерес поставщиков к корпоративным закупкам снова значительно вырос. Прирост базы поставщиков у нас самый серьезный за несколько лет. Соответственно, возросла конкуренция», – комментирует **Дмитрий Пангин**, генеральный директор АО «ОТС».

Таким образом, экономический кризис не оказал существенного влияния на предложение и уровень конкуренции на электронном рынке межкорпоративной торговли. Можно отметить, что в данном аспекте электронный B2B-рынок проявляет исключительно высокую стабильность и устойчивость. Более того, результаты 2015 года показывают положительную динамику, причем, если ситуация в экономике России радикально не ухудшится, есть основания надеяться, что эта тенденция сохранится в 2016 году.

РЕФОРМА ГОСРЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА: НЕ ВЫПЛЕСНУТЬ С ВОДОЙ РЕБЕНКА

Участники состоявшегося в феврале 2015 года II Ежегодного форума «ЭТП в России: кто есть кто» среди ключевых событий, способных наиболее сильно повлиять на рынок услуг ЭТП в 2015 году, назвали предстоящую реформу регулирования закупок субъектов закона № 223-ФЗ, которая непосредственно затрагивает рынок межкорпоративной электронной торговли. Однако реализация запланированных изменений в законодательство была перенесена на 2016 год, поэтому данная тема по-прежнему актуальна.

Внесенный проект поправок в федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» № 223-ФЗ вводит в законодательство понятие «оператор электронной площадки». Также предлагается дополнить закон № 223-ФЗ статьей «Требования к закупке в электронной форме», которая предусматривает:

- проведение отбора операторов электронных площадок в соответствии с установленным Правительством РФ порядком и условиями;
- определение правительством по результатам отбора перечня операторов ЭТП;
- установление регулятором единых требований к функционированию электронных площадок.

Первоначально отбор предлагалось проводить в форме открытой аккредитации для неограниченного числа операторов ЭТП. Однако впоследствии концепция реформы изменилась: по сообщениям СМИ, сегодня на повестке дня отбор ограниченного числа операторов, которые будут допущены к проведению регулируемых государством корпоративных закупок. Какое количество операторов в этом сегменте рынка государство считает оптимальным, официально не объявлялось; СМИ сообщали об отборе 3–5 или 7 операторов.

«Идет построение Контрактной системы. Государство поставило правильные и разумные цели – повышение эффективности закупок по 44-ФЗ и 223-ФЗ. Другое дело, что методы, которыми эти цели достигаются, не бесспорны. Есть точка зрения, что повышение закупок госкомпаний достигается повышением качества корпоративного управления. Но регулятор считает, что это невыполнимая задача и что нужно использовать императивные методы. И в этой парадигме рынок будет развиваться в 2016 году. Регулятор поставил задачу сильно сократить количество площадок, работающих в корпоративном сегменте. Для нас это новый опыт, позитивный или негативный – покажет 2016 год», – говорит **Сергей Габестро**, генеральный директор торгового портала «Фабрикант».

Данное исследование не ставит задачи всесторонне оценить последствия реформы государственного регулирования рынка, тем более что ее конкретные параметры, в частности, критерии отбора операторов для проведения торгов по нормам закона № 223-ФЗ, на момент его подготовки еще не были опубликованы. Вместе с тем имеющиеся данные позволяют уже сегодня обозначить ряд важных характеристик рынка услуг ЭТП в сегменте регулируемых корпоративных закупок, которые во многом будут определять, по каким сценариям будет происходить его переформатирование под влиянием реформы.

1. Рынок услуг ЭТП в сегменте закупок по 223-ФЗ отличается высокая концентрация.

По данным Минэкономразвития РФ, в декабре 2015 года с Общероссийским официальным сайтом zakupki.gov.ru были интегрированы 162 электронные площадки, обеспечивающие проведение закупок в соответствии с законом № 223-ФЗ. Однако львиная доля от общего объема регулируемых этим законом корпоративных закупок приходится на крупнейшие независимые и корпоративные площадки. Так, по данным Минэкономразвития, на топ-5 ЭТП по объемам проведенных закупок в соответствии с 223-ФЗ по итогам 11 месяцев 2015 года пришлось 64% регулируемых корпоративных закупок. В данный перечень вошли две независимые площадки (B2B-Center, ТЗС Электра),

корпоративная секция ОАО НК «Роснефть» на ЭТП ТЭК-торг, корпоративная Электронно-закупочная площадка ОАО «РЖД», а также ЭТП Газпромбанка, которую можно считать независимой условно, поскольку львиную долю оборота проводимых на этой площадке торгов обеспечивают закупки компаний Группы «Газпром».

Если рассматривать исключительно независимые ЭТП, то на 11 крупнейших по количеству опубликованных процедур площадок, работающих на конкурентном рынке, по итогам 11 месяцев 2015 года, по нашим подсчетам, пришлось 67% объема электронных закупок по 223-ФЗ (по опубликованным начальным максимальным ценам). Причем даже если исключить из подсчета показатели ЭТП ГПБ, то на оставшиеся 10 площадок придется чуть менее 40% объема регулируемых корпоративных закупок, проведенных в электронной форме (график 14).

График 14. На 11 крупнейших независимых ЭТП проводится более 80% торгов по 223-ФЗ*



Доля в общем объеме торгов по опубликованным максимальным начальным ценам, %

* Данные за 11 месяцев 2015 года о закупочных процедурах, опубликованных на ЭТП: ЭТП ГПБ, B2B-Center, ETPRF.ru, Аукционный конкурсный дом, ГП «Фабрикант», Единая электронная торговая площадка, Сбербанк АСТ, ТЗС «Электра», OTC.ru, SETonline, Tender.Pro.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным «Спарк Маркетинг»

Таким образом, рынок услуг ЭТП в сегменте корпоративных регулируемых закупок уже в настоящее время отличается высокой концентрацией. На мелкие независимые площадки и корпоративные ЭТП приходится всего треть оборота электронных закупок по 223-ФЗ.

В связи с этим проблема наличия на рынке услуг ЭТП чрезмерно большого числа участников, которая является одним из аргументов в пользу проведения отбора операторов, представляется несколько преувеличенной. В данном случае можно говорить о том, что корпоративные заказчики самостоятельно, без вмешательства государства, отделили «зерна от плевел» на конкурентном рынке услуг ЭТП.

2. Торги по 223-ФЗ обеспечивают львиную долю оборота торгов на независимых ЭТП. В среднем закупки субъектов 223-ФЗ, согласно данным анкетирования операторов ЭТП, составляют порядка 61% оборота торгов, проводимых на крупнейших независимых площадках.

Подавляющее большинство крупных независимых операторов, за единичными исключениями, лишатся 2/3 и более оборота проводимых на их ЭТП торгов в случае непрохождения отбора. Линейной зависимости между объемом проводимых на ЭТП торгов и доходами оператора нет, тем не менее это взаимосвязанные величины. Лишение того или иного оператора права проводить регулируемые торги повлечет за собой потерю им значительной доли доходов и либо приведет к его вытеснению с рынка, либо вынудит его переключиться на обслуживание исключительно нерегулируемого (коммерческого) сегмента рынка межкорпоративной электронной торговли. Стоит также отметить, что таким операторам будет крайне трудно удержать ядро активных поставщиков, которые неизбежно

будут мигрировать на другие площадки вслед за крупными заказчиками из числа государственных компаний. В свою очередь, это снизит привлекательность не попавших в число избранных ЭТП для частных корпоративных заказчиков.

Таким образом, проведение отбора операторов для проведения торгов по 223-ФЗ приведет не к появлению еще одного обособленного сегмента рынка электронной торговли, а к реформатированию рынка услуг ЭТП в сегменте B2B в целом.

3. Крупнейшие корпоративные заказчики выражают заинтересованность в сохранении конкурентного рынка услуг ЭТП в сегменте закупок по 223-ФЗ. В ходе проведенного в 2015 году анкетирования компаний — участниц рейтинга крупного российского бизнеса RAEX-600 — респондентам был предложен вопрос: «Благотворно ли повлияет на развитие рынка услуг ЭТП в целом ограничение числа электронных площадок, допущенных к проведению торгов по 223-ФЗ?». Респонденты могли выбрать один из трех вариантов ответа (графики 15–16).

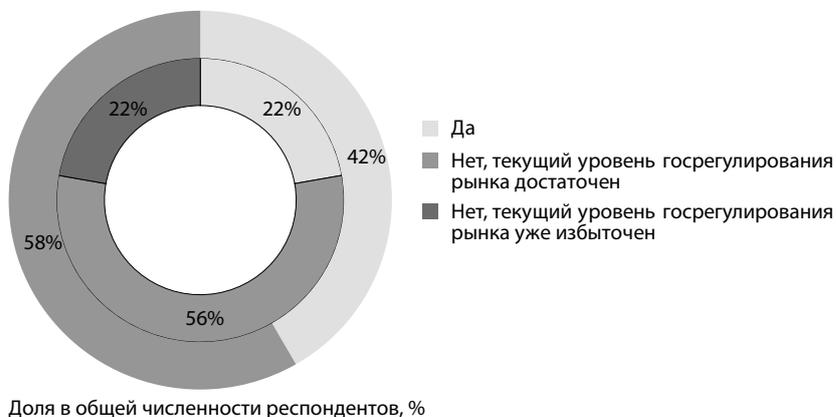
График 15. Крупнейшие корпоративные заказчики в целом негативно относятся к ограничению численности ЭТП, допущенных к проведению торгов по 223-ФЗ



Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

График 16. Частные компании более лояльно относятся к перспективе отбора ЭТП

Ограничение числа ЭТП, допущенных к проведению торгов по 223-ФЗ, благотворно повлияет на развитие рынка услуг ЭТП в целом?



Внешний круг — ответы частных компаний, внутренний круг — ответы субъектов регулирования закона № 223-ФЗ.

Источник: RAEX (Эксперт РА), по данным анкетирования компаний

Обращает на себя внимание то, что частные заказчики, не являющиеся субъектами 223-ФЗ, в целом более позитивно воспринимают перспективу усиления государственного регулирования рынка услуг ЭТП и ограничение числа площадок, допущенных к проведению регулируемых государством торгов.

Относительно бóльшая доля частных компаний, выступающих за ужесточение государственного регулирования, отражает, по всей видимости, озабоченность части крупных корпоративных заказчиков, проводящих нерегулируемые закупки, негативными явлениями, существующими на рынке электронной торговли B2B, в первую очередь, связанными с проблемой обеспечения информационной безопасности при проведении процедур закупки.

При этом, как показывает неформальное общение с руководителями закупок, высказавшимися за ужесточение регулирования, ими, как правило, не принимается в расчет возможное реформирование рынка услуг ЭТП вследствие изменения правил его регулирования. В частности, ни один из опрошенных устно респондентов не учитывал возможность исключения используемой его компанией ЭТП из числа площадок, допущенных до проведения закупок по 223-ФЗ, и, более того, категорически возражал бы против такой меры. В целом наиболее правдоподобная интерпретация результатов опроса такова: частные заказчики приветствовали бы усиление регулирующего присутствия государства для «наведения порядка» на рынке электронной торговли, но они явно не готовы к ограничению конкуренции и сужению выбора операторов ЭТП, оказывающих услуги на рынке, и вытеснению с рынка уже состоявшихся операторов, имеющих значительную клиентскую базу.

Перспективы сохранения конкурентного рынка услуг ЭТП в сегменте B2B в значительной мере зависят от того, учтет ли регулятор в ходе проведения отбора операторов сложившийся расклад сил и позиции его основных участников, определившиеся к настоящему времени в результате конкурентной борьбы. Можно прогнозировать три основных сценария реформирования рынка под влиянием реформы с точки зрения развития конкуренции между операторами.

«Позитивный» сценарий. По результатам отбора в определяемый правительством перечень попадут все или почти все крупнейшие независимые ЭТП (операторы, занимающие по ситуации на начало 2016 года 5 и более процентов рынка закупок по 223-ФЗ). Последствия: вытеснение с рынка мелких операторов и большинства корпоративных площадок госкомпаний, усиление конкуренции между отобранными операторами за «высвободившихся» заказчиков, укрепление позиций сегодняшних лидеров рынка. В целом положительный итог для развития конкурентной среды на рынке услуг ЭТП.

«Нейтральный» сценарий. В перечень правительства по итогам отбора попадут 7–8 крупнейших независимых площадок. Последствия: рынок покинут несколько заметных участников, большинство госкомпаний будут вынуждены отказаться от корпоративных ЭТП, но крупнейшие независимые операторы усилят свои позиции. С точки зрения развития конкурентного рынка, это нейтральный сценарий.

«Негативный» сценарий. Отбор пройдет крайне ограниченное число операторов ЭТП (три-пять, как сообщалось в СМИ в октябре 2015 года), рынок услуг ЭТП будет максимально централизован. Последствия: сразу несколько входивших в число лидеров операторов в краткосрочной перспективе будут вынуждены уйти с рынка, конкуренция среди отобранных операторов за «высвободившихся» корпоративных заказчиков сохранится лишь на горизонте 2–3 лет после подведения итогов отбора. Затем возникают предпосылки для раздела электронного рынка B2B прошедшими отбор операторами. Велика вероятность снижения конкуренции между операторами.

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕЖКОРПОРАТИВНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Нестабильная ситуация в российской экономике и отсутствие информации о ключевых параметрах реформы госрегулирования электронных закупок государственных компаний не позволяют сделать сколько-нибудь достоверные прогнозы как развития электронного рынка B2B, так и развития рынка услуг ЭТП в данном сегменте. Крупнейшие операторы ЭТП в целом оптимистично оценивают перспективы развития рынка межкорпоративной электронной торговли. Согласно консенсус-прогнозу операторов, номинальный рост объема рынка (по стоимости) в 2016 году составит 15–20%. Участники рынка ожидают, что клиентская база заказчиков в 2016 году вырастет на 18–20%, а клиентская база поставщиков – на 10–15%. При этом в среднем по рынку доля корпоративных закупок, проводимых в электронной форме, увеличится на 12–15%.

Среди основных факторов, которые будут влиять на рост рынка межкорпоративной электронной торговли, операторы ЭТП отмечают:

- Изменения в нормативной базе, регулирующей закупки субъектов закона № 223-ФЗ, которые будут стимулировать их к расширению использования закупок в электронной форме.
- Вовлечение в электронную торговлю корпоративных заказчиков из числа малых и средних предприятий и развитие приспособленных к их нуждам форматов торговли.
- Развитие трансграничной электронной торговли B2B и выход отечественных операторов ЭТП на внешние рынки.

**Интервью с Антоном Киценко,
директором департамента по работе с корпоративными клиентами
Единой электронной торговой площадки (roseltorg.ru)**



– Как, по вашим наблюдениям, проходила адаптация рынка электронной межкорпоративной торговли к кризису? Насколько сложной была эта адаптация?

– Панические настроения у заказчиков возникли в конце 2014 года, когда начались существенные колебания курса рубля, и мы зафиксировали большое количество отмен уже объявленных процедур закупки, особенно связанных с договорами о поставке импорта за валюту. В связи с этим мы прогнозировали сокращение объемов торгов в 2015 году. На самом деле ничего страшного не случилось. Мы заметили лишь сокращение объемов торгов по отдельным товарным позициям. Но при этом мы отмечали в 2015 году рост более чем на 100% количества проводимых процедур, как под влиянием изменения регулирования закупок в соответствии с законом № 223-ФЗ, так и вследствие стимулирующего воздействия, которое кризис оказал на корпоративных заказчиков. Мы наблюдали как приток новых клиентов, так и увеличение количества процедур закупок, которые проводили клиенты, уже присутствовавшие на тот момент на нашей площадке.

– Как кризис повлиял на предложение и уровень конкуренции на рынке электронных корпоративных закупок?

– В среднем в процедурах, для которых мы не оказываем маркетинговой поддержки, среднее количество участников действительно несколько сократилось – если в 2014 году их было 2,6, то в 2015 году в среднем – 2,1.

– Отмечаете ли вы усиление текучести поставщиков, работающих на вашей площадке?

– Нет, таких тенденций мы не наблюдаем. В 2015 году с этой точки зрения все было примерно так же, как и в 2014 году. У нас относительно немного поставщиков, которые в течение года участвуют в большом количестве закупок. На активность поставщиков влияют сезонные факторы. Впрочем, мне трудно выделить отдельно поставщиков именно в корпоративном сегменте, поскольку мы являемся также оператором проведения электронных торгов по 44-ФЗ, и у нас существует единая для всех сегментов база поставщиков и единая процедура их аккредитации.

– Если анализировать показатели отдельных заказчиков, произошло ли сокращение закупочных бюджетов компаний под влиянием кризиса и насколько существенным оно оказалось?

– У разных компаний по-разному. В среднем компании провели сокращение объемов закупок по отдельным позициям. Но при этом они нарастили долю закупок, проводимых в электронной форме. Если говорить о наших крупнейших корпоративных заказчиках, то в основном они, наоборот, даже несколько увеличили объемы проводимых электронных закупок, хотя в начале 2015 года ими планировалось значительное сокращение закупочных бюджетов. И если говорить о сегменте торгов по 223-ФЗ, то эта тенденция сохранится и в 2016 году, поскольку правительство значительно расширило утвержденный распоряжением № 1996-р перечень товаров, работ и услуг, которые субъекты закона № 223-ФЗ обязаны закупать в электронной форме. Но даже до вступления в силу этого распоряжения наши клиенты стремились проводить в электронной форме как можно больше своих закупок, по чисто экономическим мотивам.

– Увеличение количества процедур закупки происходило за счет привлечения новых клиентов или за счет увеличения доли закупок, проводимых в электронной форме, уже существующими клиентами?

– В первую очередь, за счет привлечения новых клиентов. За год мы привлекли 408 новых заказчиков из числа малых и средних компаний, а также ряд новых крупных клиентов, как субъектов 223-ФЗ, так и коммерческих заказчиков.

– Отмечаете ли вы тенденцию роста числа заказчиков из числа МСП?

– Несомненно. Хотя нам трудно пока оценить эту тенденцию, поскольку данное направление мы начали активно развивать в 2014 году, ранее ориентируясь на работу с крупными клиентами.

– Оказало ли вынужденное импортозамещение, вызванное падением курса рубля, какую-либо поддержку электронному рынку B2B?

– Я знаю такие примеры только в области закупок программного обеспечения. Ряд крупных заказчиков, насколько я знаю, в прошлом году приняли решение не закупать дополнительные модули для развития своих корпоративных ЭТП. Они либо переключились на закупки отечественного программного обеспечения, либо частично вывели свои закупки на внешние электронные площадки, в том числе на нашу ЭТП.

– Если оставить за скобками рост вашей клиентской базы, принес ли кризис электронному рынку B2B что-либо положительное?

– Я этого не заметил. Но рост интереса к электронным торгам очевиден – это видно по количеству обращений, встреч с потенциальными клиентами, переговоров. Это и крупные компании, это и малый и средний бизнес. Причем уже сейчас закупки малых и средних заказчиков в совокупности обеспечивают ощутимый оборот торгов. Еще одна положительная тенденция – ряд крупных заказчиков отказываются от собственных экзотических площадок. В том числе эта тенденция связана со стратегией развития рынка, которая была определена правительством. Наиболее дальновидные заказчики из числа субъектов 223-ФЗ, которые ранее использовали исключительно экзотические ЭТП, решили попробовать проводить торги на нашей площадке. Таких компаний относительно немного, но компаний, которые могут позволить себе создание корпоративной ЭТП, не может быть много в принципе.

– Отмечаете ли вы, что рынок в сегменте закупок крупнейших корпоративных заказчиков уже близок к насыщению? Как это сказывается на вашей работе?

– Я думаю, что в этом сегменте рынок уже насыщен примерно на 70%. Основная конкурентная борьба между операторами сейчас разворачивается не за тех клиентов, которые еще не внедрили электронные закупки, а за заказчиков, которые уже работают на других площадках. В первую очередь это справедливо для субъектов 223-ФЗ. Но схожая ситуация наблюдается и с корпоративными клиентами.

Если говорить об отдельных отраслевых сегментах, то «незанятыми» остаются компании из отраслей, в которых практика использования электронных торгов в принципе не очень распространена. Например, многие крупные ритейлеры только в 2015 году начали проявлять интерес к электронным закупкам. То же самое можно сказать об авиакомпаниях, которые, за исключением «Аэрофлота», этим инструментом также почти не пользуются. В прошлом году они также повернулись лицом к операторам ЭТП.

– В чем специфика работы с клиентами из нересурсоемких отраслей, и как вы планируете привлекать таких заказчиков?

– Мы пробовали работать с компаниями из всех существующих в российской экономике отраслей. И, например, в прошлом году мы прорабатывали вопрос о внедрении электронных закупок

с большинством крупнейших страховых компаний. Однако в связи с малым объемом закупок у таких клиентов данный сегмент рынка оказался не очень перспективным, хотя они обладают существенным опытом работы на ЭТП в качестве поставщиков. Что касается ритейла, то у них не настолько большой оборот торгов, как, например, у металлургов или нефтяников, но он все равно существенный. Но здесь мы сталкиваемся с определенными сложностями в связи с тем, что ряд крупнейших розничных сетей уже создали свои корпоративные площадки, а те, кто не имеет практики проведения электронных торгов, настороженно относятся к данной форме организации системы закупок.

– В чем заключается специфика работы оператора ЭТП с заказчиками из числа частных компаний?

– Работа с частными заказчиками значительно более трудоемка по сравнению с взаимодействием с заказчиками, работающими по 223-ФЗ. И обслуживание коммерческих заказчиков обходится дороже с точки зрения наших внутренних издержек. Особенно если такой клиент или не имеет опыта проведения закупок на ЭТП, или если он когда-то пробовал проводить электронные закупки, но не добился ожидаемого эффекта. А таких компаний достаточно много в связи с тем, что частные компании зачастую не умеют качественно проводить подготовку конкурентных процедур: разрабатывать документацию, техническое задание и пр. Отсутствие прозрачных и понятных потенциальным участникам требований к закупаемой продукции, условиям и срокам ее поставки либо к порядку оказания услуг приводит к снижению количества подаваемых заявок и, как следствие, неудовлетворительному для заказчика результату закупок. Чтобы обеспечить эффективное проведение закупок таких клиентов, требуются значительные трудовозатраты, в том числе на обучение сотрудников заказчика.

– Какие новые практики использования электронных закупок корпоративными заказчиками появились на рынке под влиянием кризиса?

– Я отметил бы тенденцию к усложнению заказчиками процедур закупки. Так, в 2015 году заметно выросла доля электронных аукционов за счет сокращения доли запросов цен и предложений. Заказчики стремятся «столкнуть» поставщиков и снизить цену. Кроме того, мы отмечаем запрос заказчиков на создание на ЭТП системы нормативно-справочной информации, которая позволяла бы клиентам видеть историю торгов по отдельным группам номенклатуры у других заказчиков. Такой сервис позволяет более эффективно формировать начальные максимальные цены закупок.

– Приведут ли запланированная реформа госрегулирования закупок субъектов закона № 223-ФЗ и проведение отбора операторов ЭТП к переформатированию корпоративного сегмента рынка услуг ЭТП в целом, и как эта реформа повлияет на конкурентную среду на рынке?

– По моему мнению, отбор операторов не повлияет существенно на рынок. Если посмотреть статистику, то более 60% электронных процедур субъектов 223-ФЗ публикуются на 5 крупнейших площадках. Поэтому я считаю, что всерьез на конкуренцию на рынке услуг ЭТП эта реформа не повлияет. Если мы посмотрим на рынок в сегменте государственных и муниципальных закупок, на котором работают пять операторов, то я не могу сказать, что на нем отсутствует конкуренция. Здесь вырвались вперед три игрока, и они жестко конкурируют между собой. Поэтому я уверен, что когда в сегменте 223-ФЗ останется три, пять или семь площадок, то конкуренция между ними сохранится.

– Имеет ли значение, сколько именно площадок останется на рынке, три или семь?

– Три или семь – разница, конечно, есть. Но я считаю, что пять – это оптимально.

– Нет ли у вас опасения, что как только обслуживание львиной доли корпоративного сегмента рынка электронной торговли будет передано всего пяти операторам, конкуренция между ними исчезнет? Зачем конкурировать, когда у них и так будет все хорошо?

– Я так не думаю. У предстоящей реформы есть еще один аспект, который не позволит отобранному операторам ЭТП «расслабиться». Дело в том, что у государства в лице МЭР и ФАС, насколько

нам известно, есть планы по регулированию тарифной политики операторов после проведения нового отбора. У нас есть опасения на этот счет, которые подтверждаются текущей практикой работы регулятора. Так, при организации торгов на поставку товаров, работ, услуг для нужд государственных заказчиков операторам ЭТП запрещено взимать плату с победителя закупок. В связи с этим мы полагаем, что как только будет проведен новый отбор, если не такая же, то очень похожая тарифная система будет введена и в сегменте закупок по 223-ФЗ. Все нормативные акты и постановления, принятые в 2014 и в 2015 годах, были направлены на то, чтобы максимально приблизить практику применения 223-ФЗ к 44-ФЗ. Соответственно, у ЭТП будут очень ограниченные возможности в плане взимания платы с участников. Я не думаю, что отобранные электронные площадки смогут много заработать на рынке закупок по 223-ФЗ. Поэтому почивать на лаврах у прошедших отбор операторов вряд ли получится.

– Чего вы ждете от 2016 года?

– Проведения отбора операторов ЭТП и завершения реформы, которая не состоялась в 2015 году. Кроме того, у нас есть ряд приоритетных проектов по развитию сотрудничества с ключевыми крупными клиентами. Один из них – внедрение портала поставщиков, интернет-магазина B2B, обеспечивающего возможность нашим клиентам автоматизировать процесс закупок малого объема. Другое перспективное направление – это распространение на максимально широкий круг клиентов системы электронного документооборота, которая позволяет обмениваться заказчиком и их контрагентам счетами, счетами-фактурами и прочими документами внутри нашей системы. Эта система уже работает, но пока не все наши клиенты используют ее. Еще один проект – развитие агроплощадок, которых уже создано шесть. Это инициативы руководителей городов и субъектов федерации, направленные на поддержку сельхозпроизводителей. Мы разрабатываем и внедряем порталы, на которых сельхозпроизводители, минуя посредников, могут предлагать свою продукцию конечному потребителю. Есть намерение распространить эту инициативу на всю Россию.

Интервью с Дмитрием Пангиным,
генеральным директором АО «ОТС»



– Как проходила адаптация рынка межкорпоративной электронной торговли к кризису в конце 2014 года и в 2015 году? Какие новые тенденции в поведении корпоративных заказчиков и их поставщиков на рынке вы могли бы отметить?

– На рубеже 2014 – 2015 годов поставщики стали реже выходить на тендеры, боялись, что из-за гиперинфляции не смогут исполнить контракты. Заказчики ничего не делали – кризиса они не почувствовали (бюджеты никто не резал). Даже наоборот: опасаясь, что скоро начнут резать, торопились закупить.

– В каких аспектах спад инвестиционной и деловой активности, а также девальвация национальной валюты оказали положительное влияние на развитие рынка электронной торговли B2B?

– Спад еще не произошел. Бюджеты не подверглись серьезным сокращениям (у многих заказчиков совсем не сократились). Импорт стал существенно дороже, его стали покупать немного меньше. Немного, потому что даже при двукратном росте курса валют цены, конечно, выросли, но не в два раза.

– Какие сегменты рынка электронной торговли B2B (рынки отдельных групп номенклатуры товаров, работ, услуг) наиболее активно развивались в 2015 году? И наоборот, на какие сегменты экономический кризис воздействовал наиболее негативно?

– Есть определенный спад в строительстве, приобретении товаров длительного спроса. Но пока все это незначительно. Больше разговоров, чем статистики.

– Оказал ли кризис стимулирующее воздействие на корпоративных заказчиков в плане внедрения закупок в электронной форме?

– Здесь три тенденции. Мы видим у многих заказчиков фиксацию или снижение доли закупок в электронной форме – снова уходят в «бумагу». Но при этом количество заказчиков растет. Также заказчики активно меняют площадки. Нам хорошо, так как приток очень серьезный. По итогам 2015 года мы вышли на первое место по числу клиентов. Каждый четвертый заказчик, который проводил какие-либо процедуры в электронной форме, делал это на OTC.RU.

– Какие передовые практики применения электронных закупок крупными корпоративными заказчиками возникли в 2015 году на фоне кризиса в экономике? Не могли бы вы назвать наиболее успешные из них?

– Заказчики, в том числе крупные, стали обращаться к закупкам малого объема. С этой целью мы развиваем электронный магазин OTC-market. Также популярна тема закупок программного обеспечения для организации работы закупочных подразделений. Это связано с тем, что объем процедур постоянно растет, работы становится больше, а возможности увеличивать отдел закупок у большинства заказчиков нет. Мы помогаем автоматизировать большую часть закупочного процесса. Сейчас внедряем такие решения у нескольких крупных заказчиков.

– Стимулировал ли экономический спад более полное освоение корпоративными заказчиками торгово-закупочного функционала, предлагаемого ЭТП? Или же кризис, наоборот, привел к упрощению процедур закупки, применяемых заказчиками?

– Без изменений. Закупщики придумывают себе правила в рамках 223-ФЗ, разрабатывают положения о закупке, а площадки подстраиваются. Не наоборот. Нет хорошей аналитики, какие процедуры в каком случае выгоднее, эффективнее. Сколько экспертов, столько мнений.

– Какие новые потребности крупных корпоративных заказчиков возникли под влиянием кризиса? Как ваша ЭТП отреагировала на появление этих новых потребностей с точки зрения развития торгово-закупочного функционала, дополнительных сервисов, тарифной политики?

– Кризис в закупках еще не проявился. Однако заказчики стали больше обращать внимание на цену как на критерий оценки.

– Как спад в экономике повлиял на развитие клиентской базы поставщиков и их активность, а также конкурентную среду на электронном рынке B2B?

– В начале 2015 года поставщики стали меньше участвовать в закупках, опасаясь, что не смогут исполнить договор по расторганной цене. Постепенно ситуация нормализовалась, интерес поставщиков к корпоративным закупкам снова значительно вырос. Прирост базы поставщиков у нас самый серьезный за несколько лет. Соответственно, возросла конкуренция.

– Заинтересована ли ваша ЭТП в развитии трансграничной электронной торговли? Какие проекты в этой области вы реализуете или планируете реализовать?

– Ситуация с курсом поставила все с ног на голову. Раньше мы серьезно рассматривали возможность создания точки присутствия в Китае с целью привлечения их поставщиков. Теперь же, наоборот, учитывая курсовые разницы, многие товары имеет смысл поставлять из России в Китай. Их цены стали неконкурентоспособными. Теперь мы рассматриваем идею вывода наших товаров на зарубежные рынки через площадку. Электронный магазин уже есть. Думаем об организации переезда и продвижения товаров на зарубежных ресурсах.

– Как планируемая реформа регулирования закупок субъектов закона № 223-ФЗ отразится на реформировании рынка услуг электронных торговых площадок? Можно ли говорить о том, что проведение реформы по «жесткому» сценарию (отбор ограниченного числа ЭТП для проведения закупок по 223-ФЗ) приведет к исчезновению конкурентного рынка услуг ЭТП в России?

– Ситуация следующая. OTC.RU по итогам 2015 года вышла на первое место по количеству клиентов. Мы предлагаем хороший продукт, высокое качество услуг, поэтому многие заказчики переводят свои закупки на OTC.RU с других площадок. Что касается реформы, критерии отбора придумывают не те, кому потом этими системами пользоваться. Высок риск, что отбор будет проходить по принципу «свои – не свои» или «кто больше занесет». Взятки мы давать не умеем, админресурса в родне нет. Поэтому риск для бизнеса колоссальный.

Сам по себе риск уже приводит к тому, что отрасль меньше инвестирует в развитие. Зачем инвестировать, если могут без объяснения причин запретить работать. Разговор ведь не ведется о том, чтобы убрать плохих (по каким-то критериям) и дать работать хорошим. Разговор идет о том, как сделать так, «чтобы площадок стало мало». Рыночной логики в этом нет никакой. Для клиентов это зло: неудобные неразвивающиеся платформы с плохим сервисом. Отрасль потеряет стимул для развития. И в очередной раз предпринимателям будет показано, что делать высокотехнологичный бизнес в России нельзя.

Еще одним итогом станет закрытие рынка для новых игроков. Никакие прорывные технологии, ноу-хау не позволят новичкам войти на этот рынок. Это очень похоже на Средневековье: не член гильдии – не имеешь права работать. Интересы клиентов остаются за бортом.

Надеюсь, разум возобладает, с рынком вместе будут выработаны критерии отбора, и рынок не будет закрыт для входа новых игроков.

– Согласно проведенному нами опросу крупнейших корпоративных заказчиков, частные компании, не являющиеся субъектами регулирования 223-ФЗ, значительно лояльнее относятся к перспективе максимального ужесточения регулирования рынка услуг ЭТП в сегменте закупок по 223-ФЗ, чем компании с госучастием, которые имеют дело с нормами этого закона в повседневной практике. Прокомментируйте, пожалуйста, эти результаты.

– «Я Шекспира не читал, но не одобряю». Крупнейшие корпоративные заказчики пока крайне далеки от проведения прозрачных закупочных процедур. Очень немногие пользуются услугами сторонних площадок и вообще знают, что это такое. Часто у таких заказчиков есть своя площадка, так как они опасаются прозрачности и утечек информации, содержащей коммерческую тайну. Если бы вы спросили тех, у кого своя площадка, как бы они отнеслись к запрету на ней работать, ответ был бы очевиден. А те, кто ничем не пользуется, смотрят телевизор и читают газеты, где усиленно муссируется «заинтересованными лицами» тезис про 150 площадок, на которых творится черт знает что.

При этом тот факт, что из 150 площадок примерно 140 аффилированы с одним или с группой заказчиков, под которых создан весь функционал, обычно умалчивается. И вместо того, чтобы бороться с количеством, правительству достаточно было бы запретить подведомственным предприятиям создавать свои площадки, чтобы ушел весь негатив. Вместо этого хотят убить рынок.

– **Каким вы видите рынок межкорпоративной электронной торговли и рынок услуг ЭТП в начале 2017 года?**

– Я вижу рынок развитым и свободным, правительство придумает прозрачные и разумные правила входа на рынок и правила работы на нем. Участники рынка, активно конкурируя, снижают цены, борются за качество, расширяется спектр услуг. Клиентам предоставлен выбор. Все счастливы.

А вот реализуется ли это мое видение – посмотрим. Я оптимист. Туман рассеется, отступит морок, и в конце концов все будет хорошо. А если не все будет хорошо, значит, это еще не конец.

Интервью с Виктором Степановым,
генеральным директором ООО «РТС-тендер»



– Как повлиял кризис на развитие рынка электронной торговли B2B?

– В условиях кризиса корпоративные заказчики стали уделять больше внимания сокращению расходов и экономии бюджета компании, и, как следствие, подходить к своим закупкам более ответственно. Руководство страны тоже заинтересовалось эффективностью закупок компаний с государственным участием. Как следствие, в прошедшем году властями было принято решение о реформировании и упорядочивании сферы закупок по 223-ФЗ, и, прежде всего, о будущем переводе всех корпоративных закупок в электронную форму. Сотрудники «РТС-тендер» и других площадок вместе с представителями Минэкономразвития, ФАС России, Агентства стратегических инициатив входят в состав рабочих групп, ответственных за совершенствование сферы закупок, и только за последний год ими было подготовлено более 30 проектов нормативных правовых актов, призванных оптимизировать и повысить эффективность закупок по 223-ФЗ. Коммерческие же заказчики, не подпадающие под 223-ФЗ, тоже стали чаще использовать электронные площадки, так как увидели в электронных конкурентных процедурах реальную возможность сократить свои расходы. Поставщики со своей стороны старались покрыть возросший спрос, активно участвуя в электронных процедурах. Согласно последним аналитическим данным и прогнозам экспертов, четкая динамика увеличения количества коммерческих заказчиков и поставщиков, работающих в сфере электронных закупок, будет прослеживаться и в 2016 году.

Также на рынке корпоративной торговли наблюдается тенденция привлечения к закупкам субъектов малого и среднего предпринимательства, им законодательно предоставлены особые преференции: с 1 января 2016 года все заказчики по 223-ФЗ должны осуществлять у таких предприятий в общей сложности 18% от объема всех своих закупок.

– Оказал ли кризис положительное влияние на развитие рынка электронной торговли B2B?

– Из-за некоторого спада деловой активности все больше корпоративных заказчиков обращаются к услугам электронных площадок для удовлетворения своих внутренних потребностей. Это вызывает ответную реакцию среди отечественных поставщиков – они также активизируют свою работу на данных платформах. Таким образом, электронные площадки становятся центрами интеграции и развития бизнеса в непростых условиях кризиса. При этом некоторые из них ведут целенаправленную деятельность по повышению эффективности, обучению работе заказчиков и поставщиков в сфере электронных закупок. «РТС-тендер», например, с этой целью сотрудничает и реализует ряд совместных проектов с большим количеством регионов, а также с крупнейшими общественными организациями, такими как «Опора России» и т. д.

Если говорить о девальвации, то в связи с этим явлением ряд отечественной продукции стал более привлекательным, чем ее зарубежные аналоги. Прежде всего, это продукция местных не крупных поставщиков, закупая которую заказчики могут сэкономить не только за счет разницы курсов, но и сокращения логистических издержек, а если говорить о заказчиках по 223-ФЗ, то и выполнить нормы по осуществлению закупок у предприятий малого и среднего бизнеса.

– Привело ли ухудшение ситуации в экономике к увеличению числа участников рынка электронной торговли в целом и клиентской базы вашей ЭТП в частности?

– За 2015 год количество активных пользователей «РТС-тендер» увеличилось более чем на 150 000 организаций и достигло отметки в 500 000. Такой рост обусловлен не только новыми участ-

никами рынка, но и открытием дополнительных секций на площадке «РТС-тендер»: для закупок по 223-ФЗ и коммерческих закупок, а также торгов по приватизации и аренде государственного и муниципального имущества. Как я уже говорил, кризис оказал влияние на корпоративных заказчиков по двум направлениям: с одной стороны, многие из них стали уделять больше внимания эффективности собственных закупок с целью экономии, с другой — их закупки привлекли внимание правительства, которое поставило себе целью полностью перевести их в электронный вид. Большинству участников рынка уже ясно, что бумажные закупки так или иначе постепенно уходят в прошлое, и будущее — за электронными процедурами.

– Какие передовые практики применения электронных закупок крупными корпоративными заказчиками возникли в 2015 году на фоне кризиса в экономике? Не могли бы вы назвать наиболее успешные из них?

– В прошедшем году многие крупные корпоративные заказчики отчитались о рекордной экономии, достигнутой благодаря использованию электронных площадок. Так, «Росатом» при проведении электронных конкурентных процедур сэкономил в 2015 году около 20 млрд рублей, и планируется, что эта цифра в 2016 году будет еще более внушительной, так как общий объем электронных закупок госкорпорации должен составить порядка 1 трлн рублей. Внушительные цифры экономии демонстрируются и другими крупными игроками на рынке корпоративных закупок — «Россети», РЖД, «Аэрофлот» и др. Такая экономия не является чем-то необычным, ведь сам формат электронных торгов предполагает, что итоговая цена поставки, скорее всего, будет снижена. На площадке «РТС-тендер», например, заказчики сэкономили более 160 млрд рублей, и эта цифра постоянно растет.

Отдельно хочется отметить регионы нашей страны, которые стараются повысить эффективность своих закупок. Так, Московская область реализовала проект Единого портала торгов области, централизовав все закупки региона и выпустив общее типовое положение для всех своих подведомственных заказчиков. Это позволило существенно упорядочить, структурировать и повысить эффективность закупок региона.

– Стимулировал ли экономический спад более полное освоение корпоративными заказчиками торгово-закупочного функционала, предлагаемого ЭТП? Или же кризис, наоборот, привел к упрощению процедур закупки, применяемых заказчиками?

– Перевод в электронный вид посредством использования электронных площадок — это и есть упрощение процедуры закупки, причем существенное, так как такой формат намного более выгодный, удобный и комфортный, чем традиционный «бумажный». Функционал площадок заказчики осваивают настолько, насколько им это необходимо и насколько богатые возможности предоставляет площадка. Так, «РТС-тендер» позволяет максимально автоматизировать весь процесс закупок — от размещения извещения о проведении закупки до публикации протоколов и отчетности по заключенным контрактам. При этом организованы бесплатные обучающие вебинары по работе на площадке, внушительная цифра посещаемости которых говорит о том, что корпоративные заказчики в условиях кризиса стремятся использовать доступный функционал на все 100%.

– Какие новые потребности крупных корпоративных заказчиков возникли под влиянием кризиса? Как ваша ЭТП отреагировала на появление этих новых потребностей с точки зрения развития торгово-закупочного функционала, дополнительных сервисов, тарифной политики?

– Стоит отметить, что у всех крупных корпоративных заказчиков есть своя собственная закупочная система — ERP. В настоящее время основная потребность данных заказчиков — это максимально быстрая, безопасная, удобная и эффективная интеграция своих ERP-систем с электронными площадками. Чтобы обеспечить возможность такой интеграции, а также с целью обеспечения соответствия высоким требованиям всех наших клиентов, в 2015 году было проведено масштабное обновление IT-платформы «РТС-тендер», которое коснулось как открытой, так и закрытой части площадки.

Заказчик теперь может интегрировать свою закупочную систему с площадкой, автоматически формировать извещение о закупке на основе позиций плана закупок, формировать результаты закупки в виде протокола и размещать протокол в любой необходимой ему форме, публиковать извещение о сборе коммерческих предложений, которое позволяет провести мониторинг рынка без обязательного заключения контракта и т. д. На площадке реализован удобный интерактивный календарь, благодаря которому заказчики получают напоминания о необходимых регламентируемых действиях, могут назначать ответственных за закупки, а также просматривать информацию обо всех своих закупках в одном окне. Еще одно нововведение «РТС-тендер» – удобное отображение данных в виде карточек, когда вся необходимая информация о закупке представлена на одной карточке и заказчику не надо делать лишние клики для ее просмотра, при этом, если заказчикам удобнее работать с традиционной табличной формой отображения закупок, то она также доступна. Пользователи «РТС-тендер» бесплатно участвуют в вебинарах и семинарах, посвященных актуальным законодательным изменениям, и могут быть в курсе всех нововведений в сфере закупок по 223-ФЗ. Также хотелось бы отметить, что обновлению ИТ-платформы предшествовало длительное и детальное исследование всех возможных сценариев работы наших пользователей. Это позволило определить и реализовать самый удобный и быстрый путь осуществления заказчиками основных действий, и теперь они тратят на них в среднем в два раза меньше времени, чем на других площадках.

Тарифы на площадке «РТС-тендер» для закупок по 223-ФЗ, в отличие от многих других площадок, просты и прозрачны: заказчики работают полностью бесплатно, из поставщиков платит только выигравшая торги компания – 1% от суммы контракта, но не более 5 000 рублей. Все это позволяет пользователям «РТС-тендер» работать эффективно, комфортно и быстро.

– Как спад в экономике повлиял на развитие клиентской базы поставщиков и их активность, а также конкурентную среду на электронном рынке B2B? Какая тенденция возоблудала: сокращение количества участников за счет ухода с рынка части компаний или приток новых участников, которые в условиях кризиса стремятся использовать все доступные каналы продаж?

– Как я уже не раз говорил, на электронном рынке B2B наблюдается прирост и заказчиков, и поставщиков. Для поставщиков это огромный, во многом неосвоенный рынок сбыта, где можно легко найти своих клиентов и выйти на новый уровень ведения бизнеса. Кроме того, сегодня им доступны различные вспомогательные сервисы – например, выдачи банковских гарантий, тендерных кредитов, предпоставочного кредитования, факторинга и т. д. – которые позволяют активно участвовать в большем количестве торгов, не отвлекая собственные средства для гарантийного обеспечения и выполнения условий контракта. Также не стоит забывать о законодательно закрепленных преференциях, обязывающих заказчиков по 223-ФЗ закупать 18% от совокупного объема своих закупок у предприятий малого и среднего бизнеса: 10% через закупки только для малого и среднего бизнеса и еще 8% – либо по закупкам, участниками которых могут быть любые лица, включая малый и средний бизнес, либо по договорам субподряда с субъектами малого и среднего предпринимательства. Это миллиарды рублей, учитывая, что по показателю опубликованных извещений за 2015 год объем рынка закупок по 223-ФЗ составил 23 трлн рублей. Компании-поставщики активно пользуются этими преференциями: на площадке «РТС-тендер» по 223-ФЗ, например, среднее количество поставщиков, участвующих в одном аукционе, – 4, поэтому ни о каком уходе поставщиков с рынка речи не идет.

– Заинтересована ли ваша ЭТП в развитии трансграничной электронной торговли? Какие проекты в этой области вы реализуете или планируете реализовать?

– В целом я думаю, что трансграничная электронная торговля будет выгодна всем участникам, однако нельзя объединять столь крупные рынки, до конца не отладив механизм собственного российского. Когда инициативы правительства по упорядочиванию и структурированию сферы электронных закупок будут реализованы, а все корпоративные закупки станут конкурентными, про-

зрачными и проводимыми на современных, безопасных и удобных площадках, тогда и можно будет реализовывать проекты по трансграничной электронной торговле в государственных масштабах. «РТС-тендер» работает в полном соответствии с законодательством РФ, которое определяет правила и порядок осуществления закупок организаций, подпадающих под действие федеральных законов № 223-ФЗ или № 44-ФЗ, в том числе закупок у иностранных поставщиков. Согласно данному законодательству, в настоящий момент нами реализована возможность участия в торгах на площадке по 44-ФЗ поставщиков из Белоруссии. Конечно, в условиях кризиса для российской экономики важно, чтобы отечественные поставщики насыщали не только внутренний рынок, но экспортировали свою продукцию, работая на крупных трансграничных площадках. Если законодательство будет меняться, то мы легко адаптируем нашу площадку к новым условиям, как это было, например, при смене 94-ФЗ на 44-ФЗ, однако говорить о каких-либо собственных проектах в данной сфере несколько преждевременно.

– Как планируемая реформа регулирования закупок субъектов закона № 223-ФЗ отразится на переформатировании рынка услуг электронных торговых площадок? Можно ли говорить о том, что проведение реформы по «жесткому» сценарию (отбор ограниченного числа ЭТП для проведения закупок по 223-ФЗ) приведет к исчезновению конкурентного рынка услуг ЭТП в России?

– В сфере государственных и муниципальных закупок уже 6 лет работают только 5 аккредитованных Минэкономразвития и ФАС России электронных площадок, причем на первые три – «РТС-тендер», Сбербанк-АСТ и ЕЭТП – приходится около 90% всего рынка (*закупок государственных и муниципальных заказчиков – прим. RAEX (Эксперт РА)*). Преимущества от такого ограничения числа площадок видны «невооруженным глазом»: во-первых, все они находятся «как на ладони» перед контролирующими органами и общественными организациями, что делает закупки по-настоящему прозрачными. Во-вторых, ограничение числа площадок позволило добиться высочайшего уровня клиентского обслуживания, который площадки предлагают своим пользователям, бесперебойной работы и большого числа вспомогательных сервисов, о которых я уже говорил ранее. В-третьих, это позволяет площадкам быть ближе к своим клиентам: у «РТС-тендер», например, 5 филиалов и 25 представительств по всей России, а также 2 колл-центра, обеспечивающих круглосуточную техническую поддержку пользователей от Камчатки до Калининграда. В-четвертых, конкуренция между данными площадками очень высока, что обуславливает их постоянное развитие, повышение качества своих услуг, высокий уровень клиентоориентированности. А в сфере закупок по 223-ФЗ, согласно данным официального сайта, в 2015 году функционировало 89 площадок, многие из которых имеют сомнительную репутацию, крайне низкий уровень обслуживания, сложные, необоснованно высокие тарифы и т. д. Естественно, они боятся, что не смогут пройти отбор, и выступают против инициатив Минэкономразвития и ФАС России.

– Каким вы видите рынок межкорпоративной электронной торговли и рынок услуг ЭТП в начале 2017 года?

– В последнее время сфера закупок по 223-ФЗ активно развивается и совершенствуется. Я думаю, что на этом рынке за год существенно вырастут объем и количество электронных закупок, будут продемонстрированы впечатляющие цифры сэкономленных средств, увеличатся объемы закупленной у малого и среднего бизнеса продукции, за счет чего данному сектору экономики будет оказана реальная поддержка. Учитывая последние инициативы правительства и проекты нормативных правовых актов, находящихся на стадии разработки, можно прогнозировать, что процесс развития сферы межкорпоративной электронной торговли продолжится с еще большей интенсивностью. Все это вселяет уверенность и позволяет смотреть в будущее с оптимизмом.

Интервью с Андреем Бойко,
коммерческим директором Центра электронных торгов B2B-Center



– Как проходила адаптация рынка межкорпоративной электронной торговли к кризису в конце 2014 года и в 2015 году? Какие новые тенденции в поведении корпоративных заказчиков и их поставщиков на рынке вы могли бы отметить?

– Рынок продолжает расти, и пока это пересиливает негативные тенденции, вызванные экономическим кризисом. Мы наблюдаем рост количества объявленных и завершенных закупочных процедур, оборота торгов. При этом уменьшается средняя стоимость одной закупки.

Сейчас компании преследуют две цели: обеспечить текущую деятельность и максимально сократить расходы, направленные на развитие бизнеса. Заказчики не готовы тратить на новые амбициозные проекты: строительство новых мощностей, серьезную модернизацию производства. При этом сильно сокращены бюджеты на необязательные для поддержания текущей деятельности закупки: в социальной сфере, сфере консалтинга и т. п.

Тенденция последнего года – сильно сократилось количество крупных закупок, зато пропорционально выросло количество относительно небольших процедур. В результате оборот торгов на нашей площадке растет.

Свой вклад вносят как новые корпоративные заказчики, которые пришли на нашу ЭТП впервые, так и давние клиенты, которые планомерно расширяют использование электронных закупок.

При этом расширяют использование ЭТП те компании, которые уже научились работать на площадке, а не те заказчики, которые расценивают их как дополнительную нагрузку со стороны государства. Такие «подневольные» заказчики, как правило, дублируют электронный документооборот бумажным и вынуждены выполнять двойную работу. Хотя современный уровень автоматизации ЭТП позволяет отказаться от бумаги и сократить расходы на проведение закупок на 30–40%.

Впрочем, некоторые государственные компании, которые раньше воспринимали электронные закупки как навязанную государством обузу, увидели потенциал этого инструмента для выполнения плана закупок в условиях сокращения бюджетов. У них появилась реальная заинтересованность, и этот процесс идет лавинообразно.

Еще одна важная тенденция – массовый приход на рынок электронных закупок средних по размеру заказчиков с годовым оборотом около миллиарда рублей в год. Они также начали активно искать дополнительные возможности для сокращения расходов.

Сегмент крупнейших заказчиков достаточно хорошо освоен операторами ЭТП, поэтому приток таких клиентов идет медленнее. Но и здесь есть движение: к нам приходят компании, которые в свое время попробовали работать на ЭТП, но по тем или иным причинам отказались от внедрения электронных закупок. Когда они почувствовали себя хуже, то вновь проявили заинтересованность в наших услугах.

– Снижение средней стоимости одной закупки вызвано изменением перечня закупаемой номенклатуры, или же компании стремятся закупать те же номенклатурные позиции в меньшем объеме или дешевле?

– Номенклатура закупок меняется. Закупки отдельных групп товаров, работ, услуг сейчас фактически заморожены. Это, в первую очередь, закупки инвестиционных товаров, связанные со строительством и НИОКР. Все, что непосредственно не влияет на текущую деятельность компаний, попало

под сокращение. Например, как рассказали мне представители одной крупной нефтегазовой компании, в текущей ситуации вместо закупок нового оборудования они проводят капитальный ремонт и модернизацию существующего, хотя это в конечном итоге обойдется дороже. Никто сейчас не заглядывает слишком далеко, все пытаются экономить здесь и сейчас. Закупочные бюджеты были серьезно сокращены, но потребности у компаний никуда не исчезли.

– В каких аспектах кризис оказал положительное влияние на развитие рынка электронной торговли B2B?

– Значительные бонусы мы рассчитываем получить, когда экономика перейдет к росту. В период кризиса компании осознают необходимость оптимизации расходов и приходят к нам, поэтому мы активно наращиваем клиентскую базу. А после выхода из кризиса новые клиенты никуда не уходят и начинают быстро увеличивать оборот и количество закупок.

Заказчики сейчас ищут новые возможности для оптимизации расходов на закупки, они готовы «сталкивать» на торгах даже своих стратегических поставщиков. Последние, в свою очередь, ищут дополнительные каналы продаж, поскольку платежеспособных покупателей сейчас не так уж много. Все это положительно влияет на уровень конкуренции на торгах. Например, мы сейчас видим очень серьезное падение стоимости услуг. Поставщики заинтересованы не столько в марже, сколько в стабильном денежном потоке и портфеле заказов, чтобы сохранить квалифицированный персонал и позиции на рынке. Поэтому они готовы очень серьезно снижать цены. Причем это касается не только консалтинга, но и, например, услуг по бурению нефтяных скважин.

– Какой сегмент – регулируемые или коммерческие закупки – сейчас является основным драйвером рынка?

– Мы растем в большей степени за счет коммерческих заказчиков. Вклад госкомпаний, которые работают в рамках закона № 223-ФЗ, в основном заключается в увеличении доли электронных закупок в их закупочной деятельности. Но рост количества электронных процедур по 223-ФЗ скорее компенсирует сокращение объемов в этом сегменте.

Частные компании с более гибким управлением быстрее адаптируются к изменившимся условиям на рынке. Коммерческие закупки – это рынок в полном смысле слова. Ключевым фактором для клиентов здесь является эффективность, они самостоятельно определяют, как и где проводить закупки. Сегмент сложнее, но работать на нем интереснее и перспективнее.

– Чем сложнее?

– Государственные компании во внедрении электронных закупок, как правило, движутся по одним и тем же рельсам. Поэтому разработка при внедрении и дальнейшая поддержка таких заказчиков – это похожие кейсы.

С коммерческими заказчиками все по-другому: каждый из них уверен, что его решения и подходы в области закупок наиболее эффективны. Зачастую нам приходится прилагать значительные усилия и применять всю нашу креативность, чтобы сделать специфическую закупочную процедуру, подходящую для данной конкретной компании. Сколько компаний, столько и мнений, как нужно правильно проводить закупки. Возможно, дело в том, что в России не очень принято делиться опытом, особенно негативным.

– Если говорить о ваших затратах как оператора ЭТП, насколько велика разница в издержках, необходимых для внедрения электронных закупок в частных и государственных компаниях?

– Внедрение электронных закупок в частной компании обходится дороже, причем в разы. Обычно таким клиентам нужно что-то специфическое и уникальное, что увеличивает наши затраты на разработку. Частные компании более требовательны и в части консультирования, обучения, техпод-

держки. А отказать клиентам мы не можем, в лучшем случае – стараемся переубедить, если решение явно неэффективное.

Но в этом есть и существенные плюсы, которые позволяют развиваться. Иногда коммерческие заказчики обладают новыми решениями и ноу-хау. Еще один плюс – многие частные компании управляют экспатами. Они вносят в нашу культуру закупок те вещи, которые уже внедрены и апробированы на Западе, но неизвестны на нашем рынке.

Внедряя их, мы повышаем собственную конкурентоспособность, а затем тиражируем и предлагаем всем. То есть работа с частными компаниями – это источник нового опыта и новых идей. Наши технологии и функционал во многом развиваются за счет таких клиентов.

– Можете ли вы отметить какие-либо передовые практики внедрения электронных закупок крупными компаниями, появившиеся в течение последних двух лет?

– С точки зрения самих закупочных процедур ничего нового не появляется уже лет триста. Новое можно отметить лишь в нюансах, которые касаются отдельных узких товарных рынков. В некоторых сегментах сложился определенный пул поставщиков, работа с которыми требует специфического подхода.

Например, у поставщиков нерудных материалов сложились особенные взаимоотношения друг с другом. Поэтому для обеспечения конкуренции между ними нужна особая настройка закупочных процедур. Здесь не должно быть излишней открытости. Участники не должны видеть победителя и рейтинг предложений, но должны понимать, что в процедуре участвуют сильные конкуренты и кто-то из них победит. Таких сложных рынков достаточно много. Например, рынок продуктов питания, медицинского оборудования. Для каждого из них могут быть разработаны закупочные процедуры, учитывающие их специфику.

Еще одна тенденция – многие компании начали внедрять категорийный менеджмент, разделение закупок на отдельные позиции с закупкой каждой позиции у отдельного поставщика. Но сейчас в связи с экономической ситуацией ряд компаний эти процессы приостановили.

– Год назад на нашей конференции вы отметили, что компании пока недостаточно полно используют торгово-закупочный функционал, который предлагают ведущие ЭТП участникам рынка. Произошли ли положительные изменения в этой сфере под влиянием кризиса?

– Перелома в этой области не произошло. Основная проблема – это консерватизм, который присущ менеджменту многих компаний, особенно крупных государственных. Мне кажется, что это вообще черта нашего менталитета. Первая реакция на внедрение чего-то нового чаще всего негативная. Многие привыкли действовать в определенных рамках. А еще ведь надо доказать необходимость перемен начальству.

Но сейчас, когда компаниям стало хуже, отношение начинает меняться. Многие консервативные заказчики вспоминают, что мы им предлагали повысить эффективность закупок за счет более гибкого использования функционала системы.

Я не думаю, что поменялись люди. Ситуация заставляет искать дополнительные возможности для повышения эффективности. И если раньше оборот закупок с разными специфическими параметрами у нас составлял около 10%, то сейчас около 20%. Положительная динамика есть, но подавляющее большинство заказчиков по-прежнему не хотят пользоваться инструментами, которые успешно работают на рынке последние 5–7 лет.

– Как кризис повлиял на предложение на электронном рынке B2B? Какая тенденция превагирует – уход традиционных поставщиков с рынка под влиянием кризиса или же приток новых поставщиков, которые ищут новые каналы продаж?

– Мы не заметили снижения среднего количества участников или снижения цены в результате закупочных процедур. Конкурентная среда пока не пострадала. Мы не видим оттока клиентов-

поставщиков, которые нам платят. Естественный отток есть, но сохраняется и рост количества клиентов, которые платят абонентскую плату.

Единственное, что можно отметить: часть поставщиков старается оптимизировать стоимость даже наших услуг, хотя мы даем им дополнительные возможности в текущей ситуации. Это показатель того, что у всех компаний на рынке не самые лучшие времена.

Такие клиенты ограничиваются только базовыми услугами, отказываются от дополнительных сервисов или переходят на краткосрочные тарифы. Это позволяет сэкономить в данный момент, но в перспективе повышает издержки компаний. Долгосрочные тарифы не только снижают среднюю стоимость участия в торговых процедурах, но и предоставляют дополнительный функционал, а значит, новые возможности для наших клиентов.

Мы предпринимаем маркетинговые усилия, которые позволяют нам увеличить средний «срок жизни» отдельного клиента на площадке и его средний чек, а клиентам – уменьшить общие затраты на работу с площадкой, но такая тенденция есть.

– Какие новые потребности появились у ваших клиентов на фоне кризиса, и как вы их удовлетворяете?

– Крупные заказчики начали активно анализировать эффективность закупок, которые проводятся на площадке, они усиливают контроль за своей закупочной деятельностью.

Мы также внедряем другие дополнительные сервисы. Например, финансовые услуги: факторинг и другие. Но пока они не пользуются очень большой популярностью.

Как я уже говорил, со стороны части поставщиков есть запрос на снижение стоимости наших услуг. Вне зависимости от тарифного плана они говорят, что у нас дорого. Но хорошо не бывает бесплатно. Тем более те, кто умеют считать свои деньги, понимают, что стоимость наших услуг ниже, чем у формально бесплатных площадок для госзакупок. У нас только абонентская плата, а у них необходимо замораживать деньги в виде обеспечения заявки, обеспечения контракта и платить комиссию в случае победы.

– Одним из приоритетных направлений для вас является развитие электронной трансграничной торговли, в первую очередь с Китаем. В чем уникальность для российского рынка этого проекта и что он сможет дать вашим российским клиентам?

– У нашего сотрудничества с китайскими партнерами есть три направления. Прежде всего, мы стремимся создать B2B-интернет-магазин российских и китайских товаров. Такая платформа необходима, в первую очередь, для проведения экстренных небольших закупок.

Второе: китайские поставщики очень хотят участвовать в российских закупках. Многие отечественные заказчики хотят работать с Китаем. Это одна из тенденций 2015 года.

Третье: наше партнерство должно решить самую большую проблему сотрудничества с китайскими поставщиками – обеспечение качества. Наш партнер – компания XBNiao – гарантирует качество товаров, в том числе обеспечивает финансовые гарантии поставок.

В перспективе мы также рассматриваем возможность участия российских компаний в закупках китайских заказчиков. Такая потребность есть, но у российских поставщиков зачастую не хватает необходимых компетенций для этого.

Сейчас мы завершаем переговоры с XBNiao. Но с китайскими партнерами все вообще происходит небыстро, мы уже довольно давно ведем работу по созданию этого партнерства. Только в конце 2015 года подписали с ними первый совместный документ.

Китай не единственная страна, с которой мы работаем. Мы присутствуем в Турции. Политические сложности пока на нас не повлияли. Интересуемся рынками Индии, Индонезии, Бразилии. Но Китай – это приоритет.

XBNiao – молодая компания, но уже достигла оборота в 2 млрд долларов. У них сформирован портфель из 7,8 тысячи сертифицированных китайских поставщиков, качество продукции которых гарантировано. Кроме того, они собираются создавать логистическую инфраструктуру в России. Мы уверены, что такое партнерство будет очень выгодно нашим клиентам. По нашим подсчетам, прямые поставки из Китая будут обходиться российским заказчикам в 2,5–3 раза дешевле, чем та же китайская продукция, продаваемая в России.

– В каких категориях китайских товаров российские заказчики проявляют наибольшую заинтересованность?

– Это зависит от конкретного заказчика. Те компании, которые изъявили заинтересованность в работе с Китаем, начинают с закупок запчастей к оборудованию, простой электроники, расходных материалов. Эти группы товаров в Китае дешевле, а по качеству ничем не отличаются от товаров западных компаний. Зачастую они производятся на тех же заводах. Тем более что наш партнер XBNiao гарантирует качество продукции.

– Одним из ключевых событий 2016 года должна стать реформа регулирования закупочной деятельности субъектов закона № 223-ФЗ, которая в том числе затронет рынок услуг ЭТП. По вашему мнению, если реформа будет реализована по наиболее жесткому сценарию и приведет к отбору ограниченного числа площадок, допущенных до проведения закупок субъектов 223-ФЗ, в сегменте электронной торговли B2B сохранится конкурентный рынок услуг ЭТП? Если говорить о вашей ЭТП, если вы по каким-то причинам не сможете пройти этот отбор и будете отсечены от регулируемого сегмента рынка, сможете ли вы удержать коммерческих заказчиков?

– Многое зависит от того, кто попадет в число избранных. Если отбор пройдут компании с большими амбициями на рынке, то конкуренция между площадками сохранится. Будут попытки перераспределить доли на этом закрытом рынке.

Конкурировать будет сложнее, поскольку государство стремится усилить регулирование. В такой ситуации единственным инструментом конкуренции станет качество сервиса, предлагаемого ЭТП. К сожалению, никуда не денется пресловутый административный ресурс, который остается важным фактором на рынке государственных закупок и закупок госкомпаний.

Мы уверены, что сможем выжить при любом сценарии. При самом жестком варианте будет трудно, но даже в нем есть определенный позитив. Если мы не сможем работать в регулируемых сегментах, то будем абсолютно независимы. Наша ЭТП по-прежнему будет примером того, как нужно оказывать услуги на этом рынке, развиваться и быть эффективными.

Сложившаяся ситуация стимулирует нас активнее работать с коммерческим сегментом. Мы можем стать единственной ЭТП на рынке, которая эффективно работает именно с частными заказчиками. Уже сегодня мы – единственная площадка, на которой сконцентрировано такое количество независимых коммерческих заказчиков. Этот рынок закупок – конкурентный в полном смысле слова. Он независим от личных связей, пристрастий менеджмента и административного ресурса.

На мой взгляд, невозможно добиться эффективности закупок государственных компаний путем ужесточения регулирования рынка. Сколько инструкций и регламентов не пиши, сотрудники все равно будут работать так, как им удобно, и искать лазейки в законодательстве. Для государства правильнее сделать по-другому: создать такие условия, чтобы госкомпании сами захотели и были кровно заинтересованы в эффективности закупок, тогда проблема будет решена.

– Если говорить о других крупных операторах, смогут ли они выжить, если их отсекут от проведения торгов по 223-ФЗ?

– Некоторые, думаю, не выживут, поскольку доходность их бизнеса сильно упадет, а по качеству сервиса конкурировать на свободном рынке они не смогут. Нам с этой точки зрения проще удержаться

на любом рынке, поскольку у нас много коммерческих клиентов, и у этих заказчиков относительно мало уникальных поставщиков. Вся наша тарифная политика всегда была направлена на то, чтобы сформировать единые пулы поставщиков, которые работают сразу с несколькими заказчиками.

Безлимитный тариф, позволяющий участвовать во всех торгах, подталкивает поставщиков работать не только с традиционным клиентом, но и со всеми остальными заказчиками на площадке. Таким образом, у нас практически нет поставщиков, которые были бы жестко привязаны к одному клиенту. И если тот или иной заказчик, или даже тот или иной сегмент заказчиков от нас уйдет, то поставщики все равно останутся.

Пока это лишь моделирование ситуации. Наша компания готовится к любому развитию событий. Но мы надеемся, что B2B-Center, как крупнейшая площадка в сегменте закупок по 223-ФЗ и коммерческих закупок, пройдет этот отбор.

Думаю, нашим основным сегментом так и останется работа с компаниями по 223-ФЗ. Из государственных заказчиков к нам сами придут те, кому нужен сервис и обслуживание как в коммерческом сегменте, но при соблюдении всего законодательства.

– В ходе анкетирования мы спрашивали компании об их отношении к возможному отбору площадок, допущенных до проведения торгов по 223-ФЗ, и связанному с этим переформатированием рынка. Как ни странно, частные компании значительно лояльнее относятся к перспективе усиления государственного вмешательства в работу электронного рынка B2B. Не могли бы вы прокомментировать результаты нашего опроса?

– Это прямое следствие большей или меньшей информированности участников рынка. Последний год идет мощная информационная кампания, которая призвана донести до общественности, что в корпоративных закупках у нас много воров. Что необходимо ужесточение контроля, который повысит эффективность закупочной деятельности госкомпаний.

Люди, которые непосредственно не участвуют в проведении регулируемых закупок, считают, что предлагаемые меры действительно помогут. Что государство придет и наведет порядок. А заказчики, которые уже работают по закону № 223-ФЗ, прекрасно понимают, что ужесточение правил – не подходящий для этого способ.

– Каким вы видите рынок через год?

– Я оптимист: рынок никуда не денется, и мы будем на нем работать. Надеюсь, что экономика станет стабильнее, а рынок будет расти быстрее за счет объемов закупок наших заказчиков. Мы делаем все возможное, чтобы у нас и наших клиентов было все хорошо.